



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„*Wir gewinnen!*“

Die Erfolgsfaktoren der regionalen Sportberichterstattung
bei Jung und Alt am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Burgenland

verfasst von

Christoph Hellmann, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von:

MMag. DDr. Julia Wippersberg, Privatdoz.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle Stellen, die direkt oder indirekt den angegebenen Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, August 2014

Christoph Hellmann

Vorwort

Um gleich direkt in die der vorliegenden Magisterarbeit zentrale Nahwelt einzutauchen und auch um zu veranschaulichen, welche Gefühls- und Stimmungslagen ich selbst während des Forschens durchlebt habe, möchte ich zwei kurze Anekdoten voranstellen. Diese habe ich verfasst, als ich – mal mehr und mal weniger erfolgreich – versucht habe, meine Fragebögen an die Leute zu bringen. Und ja, ich habe tatsächlich die altbewährte, händische Variante gewählt:

Invasion der Niederösterreicher

Freitag. 14.30 Uhr. Neufelder See. Auftakt zur Bäder-Tour mit wissenschaftlichem Hintergrund. Die Fragebögen für meine Magisterarbeit müssen endlich an die junge Frau Burgenländerin und den jungen Herrn Burgenländer gebracht werden. Da hatte ich jedoch nicht die junge Frau Niederösterreicherin und den jungen Herrn Niederösterreicher auf der Rechnung. Von den ersten 20 Personen, die ich anrede, kommt keine einzige aus dem Burgenland. Der Großteil ist eben aus dem benachbarten Bundesland – und hat eine große Schnauze: „Burgenländer? Nein. Und wenn – glaubst du ehrlich, wir würden das zugeben?“ Nicht unbedingt niveau- aber doch etwas humorvoller: „Frag die Blondine, die da vorne ,oben ohne‘ liegt – ich hab gehört, die ist Burgenländerin... feig!“

Dann endlich. Tatsächlich ein Burgenländer. Er hat zwar keine Zeit für meinen Fragebogen, macht mir aber Hoffnung. Voller Erwartung schlendere ich weiter zum brünetten Mädels, das ganz alleine auf einem großen Badetuch sitzt – und mir einen umso härteren Keulenschlag verpasst: „I’ve no idea what you’re talking about!“

* * *

Ein G’studierter beim ADEG

„Sei Vota orbeitet auf der Bank – mit dem miasst’s eich’as guatstehn, sunst kriagt’s ka Göd!“ Ich könnte die gute Frau abbusseln. Nicht unbedingt wegen des Inhaltes dieses Satzes, aber damit – so bin ich mir sicher – bin ich im Geschäft. Eigentlich im wahrsten Sinne des Wortes, ich befinde mich nämlich im kleinen ADEG in meinem burgenländischen Heimatdorf, um Fragebögen für meine Magisterarbeit an die Leut’ zu bringen. Nachdem ich mich hier in letzter Zeit nicht allzu oft blicken ließ, erkennen mich die meisten nicht sofort wieder. Und da kommt mir Unterstützung wie diese gerade recht.

Nun hätte ich im Rahmen meiner Magisterarbeit eigentlich viel lieber qualitative Interviews gemacht, eines muss man der Fragebogenmethode aber lassen: Sie bringt einen G’studierten wie mich in Situationen, in die ich sonst womöglich niemals gekommen wäre. Klar husche ich von Zeit zu Zeit hier rein, um Kleinigkeiten einzukaufen – aber wann hätte

ich jemals einen ganzen Vormittag am Kaffeetischerl dieses Geschäfts verbracht?

„Nix gewonnen“, ärgert sich eine ältere Dame nach einem Blick auf ihr Rubbellos.

„Wos wüst'n g'winnan? Du host jo schon mi!“, lacht ihr Göttergatte und grinst in meine Richtung.

Ich bin also tatsächlich angekommen in der Runde. Noch bevor ich einen Kaffee bestellen kann, darf ich schon die ersten Fragebögen verteilen. Immer wieder kommen neue Leute rein. Neben Pensionisten sind auch Arbeiter dabei, die eine Pause einlegen.

„Geh her, setz di' nieder“, ruft einer aus der Runde.

„I deaf mi no net niedersetzen – es is no net 9“, kommt's zurück. Erneut Gelächter.

Die Fragebögen gehen weg wie die warmen Semmeln. Schon wieder darf ich einen aushändigen.

„Ah, du wohnst beim Gigerer [Pferdefleischhauer, Anm.] um die Eck'n“, erkennt der gute Mann beim Blick auf den Fragebogen, auf dem meine Wiener Adresse steht. Mit ihm werde ich mich in der nächsten Stunde sozusagen über Gott und Welt unterhalten: die Wettbüros, die in meiner Gegend wie die Schwammerl aus der Erde schießen; Antibiotika in Hühnerfleisch; wie man Äpfel am besten lagert; wer in welchem Wirtshaus was z'sammg'haut hat; und Strudel – die Seltenheit des Bohnenstrudels wie auch die Häufigkeit und Menge des Apfelstrudels: „Wegen an Hax'n potz ma des G'schirr net an.“

Der Göttergatte von vorhin brüstet sich einstweilen: „I trog mei Frau auf Händen.“

„Der mocht so blede Schmäh – und fremde Leit glauben iam des a no“, schüttelt die werte Gattin den Kopf – und kontert: „Wenn mi der auf die Händ trogt, daunn bricht er si jo die Händ.“

Als ich nach ein paar unterhaltsamen Stunden schließlich meinen Kaffee bezahlen will, erfahre ich, dass dieser schon bezahlt worden ist. Mit dem Sohn des Bankangestellten muss man es sich eben gutstellen.

* * *

Bei den Gefühls- und Stimmungslagen war von Verzweiflung bis Spaß also alles dabei – wobei Letzterer schlussendlich doch dominiert hat. Daher möchte ich mich bei all den lieben Probandinnen und Probanden¹ bedanken, die es möglich gemacht haben, dass diese Magisterarbeit tatsächlich zu Stande gekommen ist. Besonderer Dank gilt meinen Eltern Michaela und Gerhard, meinem Bruder David, meinen Großeltern Anna und Johann sowie Maria und Anton wie auch meinen Studienkolleginnen Jutta und Esther.

¹ **SCHREIBWEISE:** Zur einfacheren Lesbarkeit werden die weiblichen Formen/Endungen in der Folge nicht eigens ausgewiesen, sind jedoch selbstverständlich miteingeschlossen – es sei denn, das Geschlecht wird explizit hervorgehoben.

Inhalt

Vorwort	5
1 Einleitung	13
2 Problemstellung und Erkenntnisinteresse	15
2.1 Forschungsfragen.....	16
3 Die Nahwelt	17
3.1 Begriffsdefinitionen – regional vs. lokal.....	17
3.1.1 Die Region als Bundesland	18
3.2 Renaissance der Nahwelt / „Glokalisierung“	19
4 Die Regionalberichterstattung	22
4.1 Die Bedeutung der Regionalberichterstattung	22
4.2 Merkmale der Regionalberichterstattung	23
4.3 Warum junge Leser regionale Zeitungen lesen	25
4.4 Perspektiven der regionalen Zeitung	26
5 Die regionale Sportberichterstattung	29
5.1 Die Bedeutung der regionalen Sportberichterstattung.....	29
5.2 Merkmale der regionalen Sportberichterstattung.....	31
5.2.1 „Hofberichterstattung“	31
5.2.2 Personalprobleme	34
5.2.2.1 Exkurs: Trend zu User-Generated-Content	36
5.2.3 Identität, Identifikation und persönliche Beziehungen	36
6 Relevante Medien	39
6.1 „Kronen Zeitung“	39
6.1.1 Die Sportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ als Erfolgsfaktor	40
6.1.2 Entwicklung der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“	41
6.1.3 Die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ im Burgenland	41
6.1.4 Exkurs: Das Wikus'sche Hybrid-Modell für die „Krone“	43

6.1.5	Zur Person: Christoph Wikus, ehemaliger Sportchef der „Kronen Zeitung“	44
6.1.6	Zur Person: Robert Sommer, „Krone“-Sportchef	45
6.2	„fanreport.com“	45
6.2.1	„fanreport.com“ im Burgenland	47
6.2.2	Zur Person: Dietmar Wieser, Gründer von „fanreport.com“	48
7	Der „Uses and Gratifications Approach“	49
7.1	Kategorisierung der Bedürfnisse	49
7.2	Die spezielle Bedürfnisbefriedigung durch die regionale Sportberichterstattung.....	51
7.3	Kritik und Weiterentwicklung	53
8	Hypothesen und Operationalisierung	55
9	Untersuchungsdesign.....	61
9.1	Methode: Quantitative Befragung.....	61
9.1.1	Der Fragebogen.....	62
9.2	Stichprobe	66
9.3	Beschreibung der Untersuchungsgruppen	67
9.3.1	Die junge Vergleichsgruppe (19 bis 29 Jahre)	67
9.3.2	Die alte Vergleichsgruppe (49 bis 59 Jahre)	67
10	Ergebnisse	68
10.1	Hypothese 1: Der Sportteil der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zu den restlichen Ressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser	68
10.1.1	Junge Vergleichsgruppe	68
10.1.2	Alte Vergleichsgruppe.....	69
10.1.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	70
10.2	Hypothese 2: Der regionale Teil des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser	72
10.2.1	Junge Vergleichsgruppe	72
10.2.2	Alte Vergleichsgruppe.....	74
10.2.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	76

10.3	Hypothese 3a: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie <i>Information/Kontrolle der Umwelt</i>	79
10.3.1	Junge Vergleichsgruppe.....	79
10.3.2	Alte Vergleichsgruppe	80
10.3.3	Vergleich zwischen Jung und Alt.....	81
10.4	H3b: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie <i>Persönliche Identität/Identifikation</i>	83
10.4.1	Junge Vergleichsgruppe.....	83
10.4.2	Alte Vergleichsgruppe	84
10.4.3	Vergleich zwischen Jung und Alt.....	86
10.5	H3c: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie <i>Persönliche Beziehungen</i>	87
10.5.1	Junge Vergleichsgruppe.....	87
10.5.2	Alte Vergleichsgruppe	88
10.5.3	Vergleich zwischen Jung und Alt.....	90
10.6	H3d: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie <i>Ablenkung/Zeitvertreib</i>	91
10.6.1	Junge Vergleichsgruppe.....	91
10.6.2	Alte Vergleichsgruppe	92
10.6.3	Vergleich zwischen Jung und Alt.....	93
10.7	H3e: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie <i>Persönliche Identität/Identifikation</i>	94
10.7.1	Junge Vergleichsgruppe.....	94
10.7.2	Alte Vergleichsgruppe	95
10.7.3	Vergleich zwischen Jung und Alt.....	95
10.8	H4a: Junge und alte Leser wünschen sich eine noch umfangreichere Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“.....	97
10.8.1	Junge Vergleichsgruppe.....	97
10.8.2	Alte Vergleichsgruppe	97

10.8.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	98
10.9	H4b: Junge und alte Leser wünschen sich mehr sportliche Vielfalt in der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“	99
10.9.1	Junge Vergleichsgruppe	99
10.9.2	Alte Vergleichsgruppe.....	99
10.9.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	100
10.10	H4c: Junge und alte Leser wünschen sich eine kritischere Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“	101
10.10.1	Junge Vergleichsgruppe	101
10.10.2	Alte Vergleichsgruppe.....	101
10.10.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	102
10.11	H4d: Junge und alte Leser wünschen sich, dass die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ auch online verfügbar ist....	103
10.11.1	Junge Vergleichsgruppe	103
10.11.2	Alte Vergleichsgruppe.....	104
10.11.3	Vergleich zwischen Jung und Alt	105
11	Fazit und Ausblick.....	106
12	Quellen.....	109

Diagramme

Diagramm 1: Jung – Stellenwert des Sportteils allgemein	68
Diagramm 2: Jung – Stellenwert des Sportteils allgemein	69
Diagramm 3: Alt – Stellenwert des Sportteils allgemein	69
Diagramm 4: Alt – Stellenwert des Sportteils allgemein	70
Diagramm 5: Vergleich – Stellenwert des Sportteils allgemein	70
Diagramm 6: Vergleich – Stellenwert des Sportteils allgemein	71
Diagramm 7: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	72
Diagramm 8: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	73
Diagramm 9: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	73
Diagramm 10: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	74
Diagramm 11: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	74
Diagramm 12: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	75
Diagramm 13: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	75
Diagramm 14: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	76
Diagramm 15: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	76
Diagramm 16: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	77
Diagramm 17: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	77
Diagramm 18: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten	78
Diagramm 19: Jung – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“	79
Diagramm 20: Jung – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“	80
Diagramm 21: Alt – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“	81
Diagramm 22: Alt – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“	81
Diagramm 23: Vergleich – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“	82
Diagramm 24: Jung – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“	83
Diagramm 25: Jung – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“	84
Diagramm 26: Alt – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“	85
Diagramm 27: Alt – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“	85
Diagramm 28: Vergleich – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“	86
Diagramm 29: Jung – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“	87
Diagramm 30: Jung – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“	88
Diagramm 31: Alt – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“	89
Diagramm 32: Alt – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“	89
Diagramm 33: Vergleich – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“	90
Diagramm 34: Jung – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“	91

Diagramm 35: Jung – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“	92
Diagramm 36: Alt – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“	92
Diagramm 37: Alt – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“	93
Diagramm 38: Vergleich – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“	93
Diagramm 39: Vergleich – Ausmaß der Bedürfnisbefriedigung aller Kategorien.....	96
Diagramm 40: Jung – Wunsch hinsichtlich Umfang	97
Diagramm 41: Alt – Wunsch hinsichtlich Umfang	98
Diagramm 42: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Umfang	98
Diagramm 43: Jung – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt	99
Diagramm 44: Alt – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt	100
Diagramm 45: Vergleich – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt	100
Diagramm 46: Jung – Wunsch hinsichtlich Kritik	101
Diagramm 47: Alt – Wunsch hinsichtlich Kritik	102
Diagramm 48: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Kritik	102
Diagramm 49: Jung – Wunsch hinsichtlich Internet.....	103
Diagramm 50: Alt – Wunsch hinsichtlich Internet	104
Diagramm 51: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Internet	105

1 Einleitung

Der Autor der vorliegenden Magisterarbeit verdiente sich seine ersten journalistischen Spuren in der regionalen Sportberichterstattung. Bis März 2012 berichtete er in der „Kronen Zeitung“ über burgenländischen Sport. Gut ein halbes Jahr vor der Beendigung seiner Tätigkeit, im August 2011, erweiterte Österreichs meistgelesene Tageszeitung seine regionale Sportberichterstattung im Osten des Landes. In der Montagsausgabe der „Krone“, wie die Zeitung im Volksmund genannt wird, werden dem burgenländischen Sport fortan ganze acht Seiten eingeräumt.² So ist seither nicht nur zu lesen, wie sich Ritzings Fußballer in der Regionalliga Ost schlagen, sondern etwa auch, wie der SC Dörfel in der allerletzten Spielklasse des Burgenlands von den neuen Umkleidekabinen beflügelt wird, wie in einem der ersten Artikel nach der Seitenerweiterung erörtert wurde. Mit Geschichten und Fotos berichtet die „Krone“ also über reinsten Amateursport beinahe in jener Form, in der nur ein paar Seiten weiter die Bundesliga aufbereitet wird. Da das Feedback der Leser³ zur Erweiterung der regionalen Sportberichterstattung äußerst positiv ausfiel, entstand eine erste Idee für das Thema der vorliegenden Magisterarbeit: Wie kann es sein, dass sich die Berichterstattung über sportliche Freizeitbetätigung, bei der es auf einen ersten flüchtigen Blick – überspitzt und salopp ausgedrückt – ja eigentlich um *nichts* geht, derartiger Beliebtheit beim Leser erfreut?

Nachdem ein Blick über die Medienlandschaft gezeitigt hatte, dass die „Kronen Zeitung“ bei weitem nicht das einzige Medium war, das verstärkt auf regionale Sportberichterstattung setzte, sondern in diesem Bereich vor allem auch neuere Medien wie das Online-Amateurfußball-Portal „fanreport.com“ aufkamen⁴, ließ der Autor den Blick in die Fachliteratur schweifen. Schnell war klar, dass der Regionalberichterstattung im Allgemeinen zwar eine hohe Bedeutung zugeschrieben wird⁵, diese jedoch lange nicht von der öffentlichen Diskussion in angemessenem Umfang berücksichtigt wurde. So musste Saxer bereits 1980 feststellen: „Anspruch und Realität der Lokalkommunikatorforschung klaffen auseinander.“⁶ Da sich daran auch fast 35 Jahre später nicht wesentlich viel geändert hat, soll die vorliegende Arbeit hier einen positiven Beitrag leisten, denn speziell in der Auseinandersetzung mit der regionalen Sportberichterstattung ist die Kluft nach wie vor groß.⁷ Da hat sich wenig getan, seit Walker 1983 festgehalten hatte:

² Vgl. Kapitel 6.1

³ **SCHREIBWEISE:** Wie bereits im Vorwort angemerkt wurde, werden die weiblichen Formen/Endungen zur einfacheren Lesbarkeit nicht eigens ausgewiesen, sind jedoch selbstverständlich miteingeschlossen – es sei denn, das Geschlecht wird explizit hervorgehoben.

⁴ Vgl. Kapitel 6.2

⁵ Vgl. Kapitel 4.1 und 5.1

⁶ Saxer (1980): S. 34

⁷ Vgl. Kapitel 5

„Folgt man aus dieser zunehmenden Bedeutung der lokalen Sportberichterstattung eine entsprechende Behandlung im noch jungen Wissenschaftsbereich der Sportpublizistik, so wird man enttäuscht. Die lokale Sportberichterstattung wird mehr als stiefmütterlich behandelt.“⁸

Zu einer tiefgründigeren Recherche wurde daher noch im Dezember 2011 ein Experteninterview mit dem damaligen „Krone“-Sportchef Christoph Wikus geführt, der einst mit der Aufgabe, die steirische Regionalsport-Berichterstattung zu betreiben, angestellt worden war und die Regionalisierung der Zeitung auch als Sportchef stets vorantrieb.⁹ Auf Basis des Interviews mit Wikus und auch jenes mit dem Gründer und Geschäftsführer von „fanreport.com“, Dietmar Wieser, konnte das dieser Arbeit zu Grunde liegende Forschungsvorhaben konkretisiert werden. Als theoretischer Hintergrund dient der „Uses and Gratifications Approach“, mit dem sich die Frage „Was machen die Medien mit den Menschen?“ zur Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“ umkehrte.¹⁰

Der Fokus der vorliegenden Untersuchung, die mittels quantitativer Befragung am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Burgenland durchgeführt wird¹¹, liegt also auf den Lesern, genauer gesagt, auf den Unterschieden zwischen jungen und alten Lesern: Welchen Stellenwert hat die regionale Sportberichterstattung in den beiden Altersgruppen (19 bis 29 Jahre bzw. 49 bis 59 Jahre)? Welche Bedürfnisse der jungen bzw. alten Leser werden durch das Rezipieren der regionalen Sportberichterstattung befriedigt und in welchem Ausmaß? Und was wünschen sie sich von dieser? Auf Basis der Ergebnisse wurde schließlich im Mai 2014 mit Robert Sommer, der Christoph Wikus als Sportchef der „Krone“ nachfolgte, noch ein weiteres Experteninterview im Rahmen dieser Magisterarbeit geführt. Dabei galt es zu diskutieren, inwieweit es Sinn mache, in Zeiten der Zeitungskrise auf eine Regionalisierung der Sportberichterstattung zu setzen, und, wie die „Kronen Zeitung“ ihre Regionalisierungsstrategie weiter handhaben werde.

An dieser Stelle ist noch zu betonen, dass der Autor der vorliegenden Magisterarbeit sein Dienstverhältnis mit der „Kronen Zeitung“ zum Zeitpunkt des konkreten Starts der Untersuchung längst beendet hatte.

⁸ Walker (1983): S. 157f

⁹ Vgl. Kapitel 6.1.5

¹⁰ Vgl. Kapitel 7

¹¹ Vgl. Kapitel 9

2 Problemstellung und Erkenntnisinteresse

„Gerade Tageszeitungen müssen nun immer mehr feststellen, dass ihr ursprüngliches Alleinstellungsmerkmal als Nachrichtenlieferanten spätestens mit der Durchsetzung des Internet nicht mehr automatisch gesichert ist und sie sich verstärkt gegenüber neuen Wettbewerbern der digitalen Medien behaupten müssen.“¹²

Es ist längst keine Neuigkeit mehr, dass sich der Zeitungsmarkt in einer Krise befindet.¹³ Über eindeutige Faktoren herrscht in der Rezeptionsforschung jedoch Uneinigkeit. Laut Heuer lassen sich drei Strömungen erkennen, die die Leserkrise zumindest im Ansatz erklären und nachvollziehbar machen. Als Hauptfaktoren werden ein Medienwandel, ein Gesellschaftswandel sowie ein Wandel der Zeitungslesesozialisation genannt.¹⁴ Diese Entwicklungen greifen natürlich auch ineinander:

„Mit der zunehmenden Digitalisierung vergrößern sich nicht nur das Medienangebot und damit die Konkurrenz der Tageszeitung, sondern auch Aneignungsprozesse unterliegen diesem Wandel, es bilden sich neue Nutzungsgewohnheiten heraus. Die sinkende Ortsbindung, bedingt durch ein erweitertes Bildungsmoratorium mit ökonomischer Abhängigkeit und einer erhöhten Mobilitätsbereitschaft in der jungen Generation, höhlt auf lange Sicht das Interesse an Lokalinformationen [...] aus.“¹⁵

Diese These Heuers, der sich speziell mit regionalen Zeitungen und jungen Lesern beschäftigt¹⁶, stößt in der Literatur größtenteils auf Gegenpositionen. Wie in Kapitel 3.2 im Detail ausgeführt wird, dominiert die These, dass das Regionale bzw. Lokale im Zuge der Globalisierung nicht an Bedeutung verloren hat – im Gegenteil: die Nahwelt würde vielmehr eine Renaissance erleben. Dieses Phänomen, also das Nebeneinander der an sich gegensätzlichen Entwicklungen der Globalisierung und Lokalisierung, wird auch als „Glokalisierung“ bezeichnet.

Auch die „Kronen Zeitung“ setzt auf Regionalisierung als Strategie, um den sinkenden Auflagenzahlen entgegenzusteuern. So fährt Österreichs meistgelesene Tageszeitung, die schon seit Jahrzehnten auf regionale Berichterstattung setzt, in dieser Hinsicht seit 2011 eine noch drastischere Linie: Die „Krone“ erweiterte in den Bundesländern Wien, Niederösterreich und Burgenland in der Montagsausgabe den Regionalsport auf acht Seiten. Dies wird als Anlass herangezogen, um im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Burgenland die Regionalisierung der Sportberichterstattung als Zukunftschance von Zeitungen zu untersuchen. Aufschlüsse sollen nicht nur Experteninterviews mit dem ehemaligen „Krone“-Sportchef Christoph Wikus

¹² Friedrichsen (2010): Vorwort

¹³ Vgl. Möhring/Stürzebecher (2008): S. 91

¹⁴ Vgl. Heuer (2010): S. 82

¹⁵ Ebenda

¹⁶ Vgl. Kapitel 4.3

und dessen Nachfolger Robert Sommer geben, sondern vor dem theoretischen Hintergrund des „Uses and Gratifications Approach“ auch eine quantitative Befragung unter jungen und alten Lesern. Im Fokus der Untersuchung stehen also die Rezipienten – dabei soll aufgezeigt werden, welchen Stellenwert die Sportberichterstattung im Allgemeinen und im Speziellen die regionale Sportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ bei den burgenländischen Lesern hat, welche und in welchem Ausmaß die Bedürfnisse der Leser beim Rezipieren der regionalen Sportberichterstattung befriedigt werden sowie welche Wünsche die Leser an die Regionalsportberichterstattung haben. Diese Fragestellungen werden in zwei Altersgruppen (19 bis 29 Jahre bzw. 49 bis 59 Jahre) untersucht, wobei in weiterer Folge auch auf mögliche Unterschiede eingegangen werden soll.

Ziel der Arbeit ist es also herauszufinden, inwieweit es – eben auch in Hinblick auf das Alter der Leser – Sinn macht, in Zeiten der Zeitungskrise auf Regionalisierung, also im Speziellen die Regionalisierung der Sportberichterstattung, zu setzen und wie diese Regionalisierungsstrategie noch verbessert werden kann. Der Erkenntnisgewinn zielt dabei nicht nur speziell auf die „Kronen Zeitung“ im Burgenland ab, sondern soll im Idealfall auch auf vergleichbare Zeitungen sowie Regionen übertragbar sein.

2.1 Forschungsfragen

Nachfolgend sind die fünf Forschungsfragen aufgelistet, die das Erkenntnisinteresse noch einmal konkret umreißen:

- **FF1:** Welchen Stellenwert hat der Sportteil der „Kronen Zeitung“ im Vergleich zu den restlichen Ressorts für junge und alte Leser?
- **FF2:** Welchen Stellenwert hat der regionale Teil des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts für junge und alte Leser?
- **FF3:** Welche Bedürfnisse werden bei jungen und alten Lesern beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ befriedigt und in welchem Ausmaß geschieht dies?
- **FF4:** Welche Wünsche haben junge und alte Leser an die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“?

Die fünfte Forschungsfrage ist eine übergeordnete – sie hält fest, dass bei den Forschungsfragen 1 bis 4 auch ein Fokus auf die Unterschiede zwischen junger und alter Vergleichsgruppe liegt:

- **FF5:** Wie unterscheiden sich junge und alte Leser?

3 Die Nahwelt

Die Nahwelt des Menschen wird in der Fachliteratur meist mit den Begriffen „Region“ und „Lokalität“ umschrieben. Während diese im täglichen Gebrauch meist als Synonyme verwendet werden, wird in der Forschung durchaus zwischen den beiden Begriffen unterschieden, wobei es aber keine einheitliche Definition gibt. So kritisiert etwa Saxer:

„Die Bilanz der Forschung über lokale Kommunikation ist allerdings schwer zu ziehen, weil der Gegenstand ‚Lokalkommunikation‘ außerordentlich unterschiedlich aufgefaßt und unter entsprechend verschiedenartigen Fragestellungen angegangen wird. Weder besteht Übereinstimmung darüber, was ‚das Lokale‘ sei, noch wird etwa Lokalpresse als unverwechselbarer Typus wirklich deutlich.“¹⁷

Auch Dorsch fragt sich: „Welches aber ist nun die räumliche Bezugseinheit zum Attribut ‚lokal‘: das Dorf, die Gemeinde, die Verbandsgemeinde, der Kreis, das Stadtviertel, die Stadt, die Region?“¹⁸ Quandt/Calließ wiederum betonen Unklarheiten und Widersprüche rund um den Begriff Region:

„Es werden damit sehr verschiedene Größenvorstellungen ins Spiel gebracht; das zeigen schon die begrifflichen Varianten: es ist von Großregionen, Regionen, Subregionen, Nahregionen oder von Mikro- und Makroregionen die Rede. Es werden damit sowohl sozialräumliche Einheiten unterhalb der Ebene eines Bundeslandes als auch oberhalb dieser Ebene bzw. sogar oberhalb der nationalen Ebene bezeichnet.“¹⁹

3.1 Begriffsdefinitionen – regional vs. lokal

Laut Kieslich sei das „Lokale“ kein „geschlossenes“, sondern ein „offenes“ System, das zur Aufnahme und Abgabe von Energien, Reizen, Informationen befähigt sei. Weiters sei das „Lokale“ auch nicht (oder doch: nicht nur) als geographisches System – als ein Raum, der hier beginnt und dort endet – zu verstehen, sondern als ein System innerhalb der Gesellschaft, ein gesellschaftliches System. Je nach dem Zustand der jeweiligen „lokalen“ Gesellschaft und deren Außenwelt (ökologische Struktur, Mobilitäts-Gegebenheiten) könne es völlig verschieden sein. So hätte das „Lokale“ und die lokale Kommunikation bis ins 19. Jahrhundert hinein in der Regel an der Stadtmauer oder auf der Dorfstraße geendet; in wenig entwickelten Kulturen würde es an den Grenzen, die sich ein Stamm selbst zieht oder die ihm von der Zivilisation oktroyiert werden, enden; in hochindustrialisierten und -zivilisierten Gesellschaften aber, so Kieslich, würde das ‚Lokale‘ nie an einem Ortsschild aufhören.²⁰ Auch Schönbach stellt fest, dass „Lokales“

¹⁷ Saxer (1980): S. 34

¹⁸ Dorsch (1978): S. 191

¹⁹ Quandt/Calließ (1984): S. 2

²⁰ Vgl. Kieslich (1972): S. 96

nicht nur das sein dürfe, „was in der Gemeinde geschieht, sondern auch auswärtige Ereignisse, die sie und das Leben ihrer Bürger betreffen.“²¹

Saxer definiert im Rahmen einer Untersuchung ein Rundfunkgebiet als „lokal“, „wenn Sendeinhalt und Organisation des Veranstalters auf ein Versorgungsgebiet ausgerichtet sind, dessen Ausdehnung höchstens 20 km beträgt und das Ortschaften umfasst, die kulturell, politisch, geografisch oder wirtschaftlich eng miteinander verbunden sind.“²² Für Buß/Maletzke bezieht sich das Wort „lokal“ „auf relativ geschlossene Orte, die im Bewußtsein der Bürger eine Einheit, eine ‚Gemeinde‘ bilden.“²³

Als „Regionen“ verstehen Buß/Maletzke wiederum „relativ große Räume, die den Einzugsbereichen der Länderrundfunkanstalten oder großen Teilen davon entsprechen. Diese Regionen sind in ihrer Bevölkerungs-, Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsstruktur oft sehr heterogen und bergen nicht selten erhebliche Spannung- und Konfliktpotentiale in sich.“²⁴ Teichert versteht die „Region“ als ein „funktionales Konzept“, „das versucht, Gebiete unterschiedlicher Wirtschafts- und Sozialstrukturen so zusammenzufassen, daß den zentralen Bedürfnissen der Menschen Rechnung getragen werden kann.“²⁵

Quandt/Calließ sehen die Region als „einen Erfahrungs-, Lebens- und Planungsraum ‚mittlerer‘ Größe, der zugleich Strukturraum, Ereignisraum, Kommunikationsraum und subjektiver Orientierungsraum ist.“²⁶ Wehling versteht unter Regionen „historisch gewachsene territoriale Einheiten unterhalb der Ebene des Nationalstaates, deren Hauptmerkmal das Zugehörigkeits- und Zusammengehörigkeitsbewußtsein ihrer Bewohner ist [...] Unterhalb eines großräumigeren regionalen Bewußtseins kann es durchaus kleinräumigere, ja lokale Zugehörigkeiten geben.“²⁷

Koszyk/Pruys unterscheiden zwischen „lokal“ und „regional“ in Bezug auf Printzeitungen ebenfalls hauptsächlich über die Größe des Verbreitungsgebietes:

„Im Unterschied zu der Lokalpresse, die in Städten und Kreisgebieten erscheint, findet die sogenannte Regionalpresse in Landschaften und Provinzen Verbreitung, in der Praxis wird jedoch hier und da ein fließender Übergang in der Verwendung beider Begriffe festgestellt.“²⁸

3.1.1 Die Region als Bundesland

Nachdem die Regionalisierung der „Kronen Zeitung“ nach Bundesländern erfolgt, erscheint – auf Basis der im vorangegangenen Kapitel zusammengetragenen Definitionen

²¹ Schönbach (1980): S. 61

²² Saxer (1983): S. 124

²³ Buß/Maletzke (1981): S. 416

²⁴ Ebenda

²⁵ Teichert (1981): S. 204

²⁶ Quandt/Calließ (1984): S. 1

²⁷ Wehling (1987): S. 7

²⁸ Koszyk/Pruys (1981): S. 164

– der Begriff der „Regionalität“ für die vorliegende Arbeit zutreffender als jener der „Lokalität“, der tendenziell eher einem kleineren Verbreitungsgebiet zugeordnet wird. Wobei die zu Beginn des vorangegangenen Kapitels angeführten Merkmale des „Lokalen“ von Kieslich auch für das – dieser Arbeit zugrundeliegende – Verständnis des „Regionalen“ gelten: Auch das „Regionale“ ist geprägt durch „Offenheit“ und endet nicht zwangsläufig an Bundesländergrenzen. Und wie Schönbach für das „Lokale“ feststellt, darf auch das „Regionale“ nicht nur das sein, was im Bundesland geschieht, sondern auch auswärtige Ereignisse, die es und das Leben seiner Bürger betreffen – was eben auch im konkreten Fall der Regionalberichterstattung der „Krone“ der Fall ist, wie in Kapitel 6.1.3 näher ausgeführt wird. Der Begriff der „Region“, der hier also als Bundesland definiert wird, soll in dieser Arbeit vorrangig verwendet werden. Wenn in der zitierten Literatur aber ausdrücklich vom „Lokalen“ die Rede ist, wird es auch in dieser Arbeit dabei belassen.

3.2 Renaissance der Nahwelt / „Glokalisierung“

Globalisierung und Internationalisierung werden als Zunahme der wirtschaftlichen, politischen, sozialen Verbindungen von Staaten verstanden. Diese Entwicklungen sind laut Haas vor allem durch weltweit vernetzte Wirtschaftsunternehmen, (neue) politische Kooperationen, die zunehmende Raum- und Zeitunabhängigkeit von Kommunikation, neue Technologien etc. entstanden und haben weit reichende Auswirkungen auf die Gesellschaft. So bewirken sie etwa eine Zunahme der sozialen Komplexität, das Informationsangebot verändert sich quantitativ wie auch inhaltlich. Dem stehen aber immer noch die individuellen Bedürfnisse der Menschen gegenüber – Bedürfnisse nach Orientierung in der sozialen Umwelt, nach Identitätsfindung, nach gesellschaftlicher Integration. Das kann dazu führen, dass die Komplexität der globalisierten Welt im Medienangebot bzw. im Medienrezeptionsverhalten ausgeblendet und sich auf jene Inhalte konzentriert wird, die sich mit der eigenen, unmittelbaren Umwelt befassen. Es kann also zur sogenannten „Glokalisierung“ kommen, dem Nebeneinander von Globalisierung und Lokalisierung:²⁹

„Das Lokale gewinnt dabei für den Menschen, aber auch für Unternehmen, die sich an einer lokalisierten Strategie orientieren, an Bedeutung. Es erfolgt eine Fokussierung auf lokale Traditionen, Ereignisse etc. In den Medien zeigt sich dies in Form lokal orientierter Themensetzung, einer Vorgangsweise, der auch Rezipienteninteressen entsprechen. Dieser Lokalbezug schafft Vertrauen in das eigene Umfeld, erleichtert die Orientierung zwischen den Globalisierungsprozessen, ermöglicht eine Reduktion der Komplexität, die sich aus der Globalisierung ergibt.“³⁰

²⁹ Vgl. Haas (2008): S. 100

³⁰ Ebenda

Diese Entwicklungen und Erkenntnisse, die vor allem in den 1980er Jahren auch unter Schlagwörtern wie „Renaissance der Nahwelt“³¹ oder „Regionalismus“³² zusammengefasst wurden, sind nicht unbedingt neu. Sogar schon im Jahr 1972 hatte Kieslich festgestellt:

„Je weiter und grenzenloser die Welt, je mobiler ihre Bewohner und je totaler deren Kommunikationsmöglichkeiten sind, desto un-heimlicher (in des Wortes ursprünglicher Bedeutung) wird sie ihm auch – um so mehr fühlt er sich in der überschaubaren, kleineren, ‚lokalen‘ Welt wohl, in der er – angesichts seiner Mobilität und vielfältigen Rollen, die er in der Gesellschaft draußen spielen muß – viel zu selten ‚zu Haus‘ ist, in der er aber immer noch mitreden und mitentscheiden will, um sie als ‚seine‘ Welt zu erhalten. Wir stoßen auf die Ambivalenz, daß die Kommunikationsbarrieren einerseits technisch wie räumlich immer weiter geöffnet werden, die eigentlichen Erwartungen und Interessen der Kommunikations-Teilhaber sich aber zunehmend auf kleinere und kleine Kommunikationsfelder beziehen.“³³

Quandt/Calließ sprachen 1984 von einer „Wendung zur Region“. Als Grund sahen sie eine kritische Distanzierung von modernen zentralistischen Großsystemen und eine damit einhergehende Sehnsucht nach „eigenen“, überschaubaren Lebensräumen, in denen man noch wisse und täglich erleben könne, wer „wir“ und wer „die anderen“ sind und was zu machen ist. Hinter der Regionalisierung stecke also das Bedürfnis nach Gemeinsamkeit, Sicherheit und Teilhabe, die Menschen seien auf der Suche nach Heimat und Handlungschancen.³⁴ Ganz ähnlicher Ansicht ist auch Jonscher 1991:

„Die Vision von einem kosmopolitischen ‚globalen Dorf‘ via Satellit und Breitbandkabel vermag nicht die Einsicht zu verstellen, dass gerade die inflationär anwachsende Nachrichtenmenge – ein komplexes, für den Einzelnen kaum mehr überschaubares Daten- und Faktenmix – zu einer informationellen Überlastung und Desorientierung vieler Menschen führt, zum Wunsch nach sozialer Orientierung, nach persönlicher Identitätsfindung, gesellschaftlicher Integration und Geborgenheit innerhalb des unmittelbaren überschaubaren Lebensbereichs (Stadt, Stadtteil, Dorf, Landkreis etc).“³⁵

Als Ursachen der Rückbesinnung der Menschen auf die sie unmittelbar umgebende Umwelt werden also unter anderem eine Art Gegenbewegung zur Zentralisierung von gesellschaftlicher und politischer Macht, ein Ausgleich zur erheblich beschleunigten sozialen und situativen Mobilität, eine Art Gegenmacht zum recht grundlegenden Strukturwandel der Gesellschaften oder ein Wandel des Demokratieverständnisses im Sinne einer Einflussnahme auf den politischen Prozess auf dem „grassroot level“ gesehen.³⁶

³¹ Vgl. etwa Schuster (1984): S. 24

³² Vgl. etwa Renckstorf (1984): S. 153

³³ Kieslich (1972): S. 95

³⁴ Vgl. Quandt/Calließ (1984): S. 1

³⁵ Jonscher (1991): Vorwort

³⁶ Vgl. Renckstorf (1984): S. 153f

Zum Abschluss soll noch eine Betrachtung des Begriffs „Regionalisierung“ aus politischer Perspektive angeführt werden. Ravens nannte 1984 zwei Pole, die das Spektrum der Intentionen abdecken: Einerseits bedeute Regionalisierung seines Erachtens nach ein Stück Nostalgie und verloren gegangene Geborgenheit, wobei auch eine Sehnsucht nach Einfachheit, Verständlichkeit und die Vorstellung, bei den ehemals kleinen Einheiten sei doch alles so schön gewesen, mitschwinge. Andererseits gebe es das Streben nach mehr Demokratie – sprich: mehr direkter Bürgerbeteiligung.³⁷

³⁷ Vgl. Ravens (1984): S. 3

4 Die Regionalberichterstattung

4.1 Die Bedeutung der Regionalberichterstattung

Der Regionalberichterstattung wird in der Kommunikationsforschung eine hohe Bedeutung zugeschrieben. „An erster Stelle stehen die Nachrichten aus dem engeren Lebensbereich des Lesers, die Lokalinformation“, hielt Ennemann nach einem Vergleich der Ergebnisse aus Untersuchungen, bei denen den Befragten die klassischen Themenbereiche einer Tageszeitung meist auf Kärtchen vorgelegt wurden und dabei der Grad des Interesses abgefragt wurde, bereits 1980 im Rahmen des von Langenbacher herausgegebenen Sammelbands „Lokalkommunikation“ fest.³⁸ Was Rohr in einem weiteren Beitrag des Sammelbands, der als zentrales Werk in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Regionalberichterstattung angesehen werden kann, unterstrich:

„Leser, Bürger, sind daran interessiert, sich über das Geschehen an ihrem Wohnort auf dem Laufenden zu halten, auf dem Laufenden zu halten über ein Geschehen, das sie selbst und ihre Interessen oft unmittelbar betrifft. In der kleineren und überschaubaren Welt des lokalen Geschehens kann der Bürger im Gegensatz zum sonstigen Geschehen, zur „großen“ Politik, noch mitreden und bisweilen sogar kontrollieren und mitentscheiden. Primärerfahrung kann mit der Lokalberichterstattung verglichen werden.“³⁹

Jonscher hielt 1991 in seiner „Einführung in die lokale Publizistik“, die als weiteres zentrales Werk in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Regionaljournalismus angesehen werden kann, fest, dass Daten zum Mediennutzungsverhalten schon seit Jahren eine – altersunabhängige – Präferenz für die lokalen Nachrichten dokumentieren würden. So sei der Lokalteil der Tageszeitungen damals z.B. regelmäßig von mehr als 80 Prozent der Käufer gelesen worden, was Jonscher auf ein überragendes lokales Informationsbedürfnis, das letztlich in menschlichen Grundbedürfnissen wurzelt (Integration; soziale Orientierung), schließen ließ.⁴⁰

Seeger betont 2010 nicht nur, dass der sublokale Anzeigenmarkt positiv auf die in der Regionalberichterstattung minimierten Streuverluste reagiere, sondern auch, dass die Berichterstattung in Regionalblättern sich längst nicht mehr nur auf amtliche Bekanntmachungen beschränke. So würde den Lesern inzwischen mit umfangreichen Vereinsnachrichten vom Spielbericht der Fußballmannschaft bis zum Artikel des Kinderferienlagers und zusätzlichen Serviceteilen ein breit akzeptierter Lesestoff geboten.⁴¹ Und so fasst Seeger zusammen:

³⁸ Vgl. Ennemann (1980): S. 140

³⁹ Rohr (1980): S. 64

⁴⁰ Jonscher (1991): Vorwort

⁴¹ Vgl. Seeger (2010): S. 104f

„Leser interessieren sich für Geschichten, die in unmittelbarer Nähe passieren; sie beschäftigen sich mit Ereignissen, bei denen sie die Protagonisten kennen. Das Medium Zeitung hat zwar als Medium zur Verbreitung von Neuigkeiten ausgedient, die Leser fordern aber Orientierung und Einordnung von Themen. Gerade der lokale Teil einer Tageszeitung ist in der Nutzungsintensität am höchsten.“⁴²

Die hohe Bedeutung der Regionalberichterstattung wird auch durch Zahlen belegt. Laut einer Bevölkerungsumfrage der „Zeitungs Marketing Gesellschaft“ im Jahr 2010 ist der Regionalteil gemeinsam mit der Inlandspolitik das am meisten gelesene Ressort innerhalb deutscher Zeitungen: 91 Prozent der Leser (ab 14 Jahren) gaben an, immer, häufig oder zumindest gelegentlich den Regionalteil zu nutzen.⁴³

4.2 Merkmale der Regionalberichterstattung

Bevor auf konkrete Merkmale bzw. Kritikpunkte der Regionalberichterstattung eingegangen wird, soll hier die Zweidirektionalität des lokalen Informationsangebotes erläutert werden, die Dorsch 1984 betonte. Zum einen vermittele der Lokalteil die für die Öffentlichkeit als relevant erachteten aktuellen Ereignisse:

„Diese können ihre Wurzeln sowohl im sublokalen/lokalen Bereich haben als auch auf der regionalen oder nationalen Ebene. Durch die Auswahl der Vorkommnisse wird repräsentativ Öffentlichkeit hergestellt und werden die Mitglieder dieser Öffentlichkeit in die Lage versetzt, sich darüber zu informieren und sich eine eigene Meinung zu bilden.“⁴⁴

Zum anderen hätte die Lokalzeitung auch Servicecharakter:

„Sie gibt die Termine und Anlässe für andere Formen der Kommunikation und vermittelt diese Daten weiter an alle, die davon betroffen sind; denn über kein anderes Medium sind die potentiellen Interessenten darüber in Kenntnis zu setzen. Die offiziöse, institutionelle, organisierte, selbst die private (Bekanntschafsanzeigen) interpersonale Kommunikation in der Gemeinde erschließt sich über den Serviceteil.“⁴⁵

Im Gegensatz zum „aktuellen Teil“ sei der Serviceteil im Vorfeld der Ereignisse verankert, womit die beiden Teile des Lokalen laut Dorsch also in entgegengesetzte Richtungen operieren: Der Serviceteil richte sich nach unten in die sozialen Verästelungen der Gemeinde, der „aktuelle Teil“ nach oben hin mit der Tendenz, die Gemeinde in die übergeordneten Bereiche zu integrieren.⁴⁶

Untersuchungen, die sich mit Regionalberichterstattungsgehalten auseinandersetzen, zeichnen meist ein negatives Bild. Vor allem eine gewisse Kritiklosigkeit, oft auch als

⁴² Seeger (2010): S. 105

⁴³ Vgl. ZMG (2012): S. 30

⁴⁴ Dorsch (1984): S. 131

⁴⁵ Ebenda

⁴⁶ Vgl. ebenda: S. 131f

„Hofberichterstattung“ oder „Vereinsmeierei“ bezeichnet, prägte die Regionalberichterstattung. Jonscher nennt im Detail folgende Missstände:

- eine formlose und wenig leserliche Aneinanderreihung inhaltlich „trockener“ Nachrichten und Berichte;
- eine Unterrepräsentanz redaktioneller Meinungsäußerungen;
- eine deutliche Bevorzugung von Themen, die rein menschliche Aspekte (Human Touch), Sensationelles oder Kuriositäten berühren, bei gleichzeitiger Vernachlässigung alltagsrelevanter und wirtschaftlicher Themen;
- umfangreiche, aber inhaltlich unkritische Vereinsberichte;
- wenig journalistische Eigeninitiative, dafür eine unkritische Übernahme von Pressemitteilungen von Vereinen und Institutionen.⁴⁷

Zudem hielt Jonscher nach einer Untersuchung von vier lokalen Tageszeitungen im deutschen Regierungsbezirk Braunschweig 1991 fest:

„Alle vier Zeitungen wiesen mehr oder weniger deutliche Defizite auf: „Unliebsame“ Themen (z.B. Umweltverschmutzung durch ortsansässige Unternehmen) wurden im Vergleich zu anderen spürbar vernachlässigt, andererseits auf Kritik und Kontrolle von Politikern und Behörden weitgehend verzichtet. Jeder dritte Lokalbericht zeigte uneingeschränkt positive Tendenz, meist die „heile Welt“ örtlicher Organisationen und Vereine. Es wurde darin fast ausschließlich vordergründig, meist über Veranstaltungen, informiert, während Hintergrundinformationen fast nie gegliedert wurden.“⁴⁸

Als Ursachen für die Missstände in der Regionalberichterstattung nennt Jonscher:

- ein unzureichender Ausbildungsstand von Lokalredakteuren;
- eine Dominanz ökonomischer Verlagsinteressen;
- miserable Arbeitsbedingungen infolge chronischen Zeit- und Personalmangels sowie insbesondere
- eine konsequente Einflußnahme seitens lokaler Eliten bzw. staatlicher Obrigkeiten, die eine freie Nachrichtengebung nach eigenen Interessen lenken oder sogar ganz unterdrücken.⁴⁹

Saxer hatte schon 1980 kritisiert, dass die Berufssituation der Lokaljournalisten durch Arbeitsüberlastung und besondere Distanzprobleme zu ihrem Arbeitsgebiet gekennzeichnet ist.⁵⁰ Woraus eben eine gewisse Abhängigkeit resultiert, wie Jonscher konkretisiert:

„Lokalzeitungen beziehen ihre Einnahmen überwiegend, und zwar bis zu 75 Prozent, aus rein lokalen (meist geschäftlichen) Anzeigen. Daraus ergibt sich eine gewisse Abhängigkeit gegenüber den örtlichen Inserenten, die umso größer sein kann, je kleiner der Kreis dieser Inserenten, d.h. je bedeutender der einzelne Anzeigenkunde ist. Eine Konfliktsituation in der Berichterstattung ergibt sich durch die meist enge räumliche Eingrenzung der lokalen Sparte, denn der Lokalredakteur muß zwangsläufig, und zwar ausschließlich über die Personen und Institutionen berichten, die zugleich Abonnenten und/oder Inserenten und damit „Finanzträger“ der Lokalzeitung sind. Eine Folge davon ist, daß diese Rezipienten in den

⁴⁷ Jonscher (1991): S.97

⁴⁸ Ebenda: S. 261

⁴⁹ Ebenda: S.97

⁵⁰ Vgl. Saxer (1980): S. 40

Besitz von Sanktionsmitteln (Anzeigenboykotts; kollektive Abbestellungen) gelangen, die ihnen unter Umständen eine ungerechtfertigte Einflußnahme auf die Berichterstattung ermöglichen.“⁵¹

Es ist auch anzunehmen, dass sich die Regionalberichterstattung in Großstädten tendenziell von jener auf dem Land unterscheidet. So meint etwa Georg Hausmann, der Geschäftsführer vom ländlichen Radio AWN, dass sein Sender auch über den örtlichen Kindergarten oder den Bau eines Sportplatzes berichte, was für Großstadtsender oftmals zu profan sei. Sie würden sich eher auf das bunte Treiben und den großen Sport in ihrer Stadt, die oft auch von überregionalem Interesse seien, konzentrieren.⁵²

4.3 Warum junge Leser regionale Zeitungen lesen

Da ein Fokus der vorliegenden Magisterarbeit auf dem Vergleich zwischen Jung und Alt liegt, wird an dieser Stelle näher auf eine Untersuchung von Heuer 2010 eingegangen, die sich damit beschäftigte, warum junge Leser regionale Zeitungen lesen. Dabei stellte Heuer die Frage, was diejenigen, die regelmäßig lesen, überhaupt (noch) an regionale Zeitungen bindet und versucht diese mittels der Befunde aus einer Rezeptionsstudie mit zehn Leserinnen und Lesern des „Hamburger Abendblatts“ („HA“) zwischen 20 und 29 Jahren zu beantworten. Die Untersuchung führte Heuer, der seine Erkenntnisse 2010 im Sammelband „Medienzukunft und regionale Zeitungen“ veröffentlichte, mittels leitfadensbasierten Interviews durch.⁵³

Die Auswertung der Ergebnisse zeige laut Heuer eine starke Verankerung des „HA“ im Lebensalltag der befragten jungen Erwachsenen mit festen Lektürezeiten und -orten: „Das ‚HA‘-Lesen ist eine lieb gewonnene Routine und vermittelt als Medium für zu Hause das Gefühl des guten Informiertseins am Morgen.“⁵⁴ Eine aufmerksame Rezeption der Inhalte sei für dieses Gefühl des guten Informiertseins aber nicht nötig, bei den Befragten überwiegt die zügige Informationsaufnahme mit überfliegenden Lesestrategien. Daher würden sie eine übersichtliche Gliederung bevorzugen, die wichtiger erscheint als der konkrete Inhalt.⁵⁵

Ferner erklärte Heuer 2010, dass das „HA“ davon profitieren würde, dass die Tageszeitung allgemein als glaubwürdiges und seriöses Medium gilt. Die Onlinenutzung stelle für die 20- bis 29-Jährigen (noch) kein Substitut für ihre Tageszeitung dar. Zwar würden die Kosten der Tageszeitung den Vorteil des Printmediums, das Trägermaterial Papier, schmälern, aber schließlich werde die Tageszeitung den Bildschirmmedien trotz versier-

⁵¹ Jonscher (1991): S.262

⁵² Vgl. Schneider/Karle (2004): S. 10

⁵³ Vgl. Heuer (2010): S. 75ff

⁵⁴ Ebenda: S. 94

⁵⁵ Vgl. ebenda

ter Onlinenutzung sowohl aus Lesefreundlichkeit als auch aus haptischen Gründen vorgezogen.⁵⁶ So hielt Heuer abschließend fest:

„Die Lektüre scheint damit für ‚HA‘-interessierte junge Erwachsene derzeit in ihrer Art unersetzlich zu sein, wobei dies nicht primär auf journalistische Leistungen zurückzuführen ist: Es ist ausdrücklich nicht die Qualität der Inhalte, der Schreibstil oder aber die Sprache des ‚HA‘, sondern die gestalterische Übersichtlichkeit, die die Befragten hervorheben, und die Bindung an das Printmedium resultiert sehr aus den unbewussten Motiven des habitualisierten Zugangs. Es besteht die Gefahr, dass diese Gewohnheiten leicht in Beliebigkeit umschlägt, werden konkrete Inhalte immer mehr zur Nebensache.“⁵⁷

4.4 Perspektiven der regionalen Zeitung

Nachdem im vorangegangenen Kapitel aufgezeigt wurde, warum (wenige) junge Menschen doch regelmäßig zur regionalen Tageszeitung greifen, sollen nun deren Perspektiven thematisiert werden. Eine Bevölkerungsumfrage der „Zeitungs Marketing Gesellschaft“ („ZMG“) im Jahr 2010 ergab, dass die Zeitung in der deutschen Bevölkerung (ab 14 Jahren) das mit Abstand wichtigste Medium zur Orientierung am Wohnort ist. Demnach hielten 74 Prozent der Bundesbürger die Zeitung in diesem Zusammenhang für unverzichtbar, weitere 15 Prozent zumindest für sinnvoll. Das Internet hielten immerhin noch 52 Prozent für unverzichtbar, dahinter landeten der lokale Hörfunk und kostenlose Anzeigenblätter mit 44 bzw. 30 Prozent. Wobei relativierend zu sagen ist, dass auch diejenigen, die sich über das Internet informieren, zu 41 Prozent die Online-Seiten der lokalen Zeitungen als bevorzugte Quelle angaben.⁵⁸

Friedrichsen et al. bezeichnen regionale Tageszeitungen 2010 als vertrauensvollste Wissensinstitution und schreiben ihnen durch ihre ausgeprägte Regionalkompetenz eine wichtige gesellschaftliche Funktion im Bereich der Informationsvermittlung zu, werfen gleichzeitig jedoch ein, dass sie sich in einer kritischen ökonomischen und gesellschaftlichen Krisenlage befinden, die vor allem aus technologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Modifikationen, die mit der Entwicklung der Industrie- zur Informationsgesellschaft einhergehen, resultieren würden.⁵⁹ So präzisieren Friedrichsen et al.:

„Regionale Tageszeitungen stehen damit v.a. vor dem Problem, dass sie aufgrund einer höheren Wettbewerbskonkurrenz der neuen (digitalen) Medien von steigenden Reichweiten- und Auflagenverlusten immer stärker ökonomisch bedroht sind und sowohl Anzeigen- und Werbekunden wie auch Leser an diese Medien verlieren. Ein theoretischer Lösungsweg aus dieser Krise stellt die kundenorientierte Konvergenzintegration neuer Medien in das traditionelle [Print]Angebotsportfolio dar.“⁶⁰

⁵⁶ Vgl. Heuer (2010): S. 94

⁵⁷ Ebenda: S. 95

⁵⁸ Vgl. ZMG (2012): S. 32

⁵⁹ Vgl. Friedrichsen et al. (2010): S. 221

⁶⁰ Ebenda

Seeger, der regionale Tageszeitungen keinesfalls als Auslaufmodelle sieht und ihnen eine wichtige kulturelle und gesellschaftliche Aufgabe zuschreibt, die auch zukünftig niemand anderes wahrnehmen könne, sieht die Notwendigkeit für eine inhaltliche Umorientierung. So werden nämlich die überregionalen Themen, die ohnehin schon über andere Medienkanäle bekannt sind, für den Leser in der regionalen Zeitung immer mehr an Bedeutung verlieren.⁶¹ So erklärt Seeger:

„Der Fokus der regionalen Tageszeitung muss auf der exklusiven Lokalnachricht liegen. Diese Kompetenz hat kein anderes Medium. Diese Inhalte müssen zukünftig für verschiedene Zielgruppen unterschiedlich aufbereitet werden, was ein Umdenken in den Redaktionsorganisationen und in der journalistischen Arbeit nach sich zieht.“⁶²

Wobei Seeger in dieser Exklusivität des Lokalen nicht den einzigen Vorteil der regionalen Zeitung sieht, diese werde „auch als Ratgeber in ganz konkreten Fragestellungen gesehen. Hier haben die Verlage die Chance als Servicemedium wahrgenommen zu werden.“⁶³ In dieselbe Richtung stößt Heuer: Regionale Zeitungen „müssen als Alltagsbegleiter fungieren, verlässlich, übersichtlich und auf ihr wertvollstes Kernressort, Lokales, fokussiert.“⁶⁴ Die hohe Nachfrage für Serviceleistungen wird auch durch Beispiele aus der Praxis auch bestätigt – so würde etwa beim Berliner Lokalradiosender „Hundert,6“, der eben seine Servicesendungen ausgebaut hat, das Hörertelefon nicht mehr still stehen, wenn ein Experte Hörerfragen beantwortet.⁶⁵

Eine große Chance für Lokalzeitungen, sich ein Profil zu geben, sieht Helmuth Rücker, Leiter des Bayern-Ressorts bei der „Passauer Neuen Presse“, in einem engagierten Lokaljournalismus, der originell und vor allem einordnend ist – dies sei wohl die einzige Möglichkeit für Zeitungen, um auch gegenüber jüngeren Lesern ihre Existenzberechtigung nachweisen zu können. Mehr agieren statt reagieren, laute Devise laut Rücker, man solle also etwa nicht bloß brav zur Gemeinderatssitzung pilgern und am nächsten Tag ein in Prosa verfasstes Tagungsprotokoll veröffentlichen, sondern schon vorher und auf eigene Initiative recherchieren.⁶⁶

Durch den Strukturwandel der Zeitungsbranche sehen Huber/Kaspar die Lokalzeitungsverlage gezwungen, sich noch stärker im Markt zu profilieren und weisen dabei ebenfalls auf eine Fokussierung auf das Lokale als zentrale Zukunftsstrategie hin:

„Als etablierte Anbieter für Informationen aus der Region können Lokalzeitungsverlage auch dann weiterhin Anlaufstelle für Leser bleiben, wenn sie das Angebot noch lokaler ausrichten und ihr Spektrum an lokalen und sublokalen Inhalten

⁶¹ Vgl. Seeger (2010): S. 109f

⁶² Ebenda

⁶³ Ebenda: S. 106

⁶⁴ Heuer (2010): S. 95

⁶⁵ Vgl. Schneider/Karle (2004): S. 5

⁶⁶ Vgl. ebenda: S. 6f

ausbauen. Gerade die Vielfalt an Inhalten ganz tief aus den Regionen ist für die Leser in höchstem Maße relevant. In einer sich immer rasanter verändernden Welt schaffen sublokale Informationen Identifikation und Zugehörigkeit, da sie an das direkte Lebensumfeld der Menschen anknüpfen.“⁶⁷

Die „Kronen Zeitung“ ist zwar keine regionale Tageszeitung an sich, dennoch ist sie ein Beispiel für ein Blatt, das eben auf die oben betonte Regionalisierung als Zukunftschance setzt. Der ehemalige „Krone“-Sportchef Christoph Wikus betont allerdings in einem Experteninterview, das im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt wurde, dass die Regionalisierung allein die Printzeitung nicht retten werde.⁶⁸ Ähnlich wie im Zitat von Friedrichsen et al. zu Beginn dieses Kapitels angedeutet wird, meint auch Wikus, dass es, vor allem im Zusammenspiel mit dem Online-Bereich, Veränderungen geben müsse, wie in Kapitel 6.1.4 näher ausgeführt wird.

⁶⁷ Huber/Kaspar (2010): S. 187f

⁶⁸ Vgl. Wikus (2011)

5 Die regionale Sportberichterstattung

5.1 Die Bedeutung der regionalen Sportberichterstattung

Auch der regionalen Sportberichterstattung im Speziellen wird eine hohe Bedeutung zugeschrieben. So hielt etwa Weischenberg bereits 1976 fest:

„Dem Lokalsport ist in den letzten Jahren zunehmende Bedeutung zugekommen, da die Tageszeitungen angesichts harter Medienkonkurrenz in diesem Bereich eine Marktlücke entdeckt haben. Es gilt als sicher, daß in der Zukunft das Lokale mit Abstand zum wichtigsten Arbeitsfeld auch für Sportjournalisten werden wird.“⁶⁹

Auch Walker ist 1983 von der Wichtigkeit der regionalen Sportberichterstattung überzeugt: „Natürlich gibt es solche, die diese Sportseiten einfach übersehen. Aber nicht wenige sind es, die nur diesen (Lokal-)Sportteil lesen.“⁷⁰ Walker stellte damals ebenfalls eine tendenziell zunehmende Bedeutung der lokalen Sportberichterstattung (in der Tageszeitung) fest:

„Diese lässt sich nicht zuletzt an der veränderten Behandlung der lokalen Sportberichterstattung in den Zeitungsredaktionen erkennen. Waren früher eigenständige Lokalsportredaktionen eher die Ausnahme und wurde dieses Arbeitsfeld nur nebenher von Lokalredaktionen erledigt, so hat sich in den letzten Jahren vor allem bei Regionalzeitungen, die auf das örtliche Geschehen ausgerichtete Lokalausgaben (Standort-, Heimatpresse) herstellen, immer mehr die Einrichtung eigenständiger Lokalsportredaktionen durchgesetzt.“⁷¹

Wie schon im Kapitel 4.1 in Hinblick auf die Regionalberichterstattung im Allgemeinen ausgeführt, wird auch im Bereich Sport vermutet, dass das Regionale durch die Globalisierung nicht an Bedeutung verloren hat, sondern teilweise sogar gewonnen – das meint auch Dietmar Wieser, mit dem im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit ein Experteninterview geführt wurde. Der Gründer und Geschäftsführer des Amateurfußball-Portals „fanreport.com“, der auch Hobbyfußballer ist, weiß aus eigener Erfahrung:

„Wenn wir beim Fußballtraining sind, reden wir kaum über die österreichische Bundesliga – wenn, dann reden wir über die Champions League oder die deutsche Bundesliga, aber hauptsächlich reden wir darüber, wie unser Nachbarort gespielt hat, wie es in der eigenen Liga ausschaut, also wird eigentlich fast nur über den Regionalfußball geredet.“⁷²

Auch der ehemalige Sportchef der „Krone“, Christoph Wikus, mit dem im Rahmen dieser Arbeit ebenfalls ein Experteninterview geführt wurde, glaubt, dass die Regionalisierung in Zeiten der Globalisierung wichtiger wird und schlägt mit einem Beispiel für die Steiermark in eine ähnliche Kerbe:

⁶⁹ Weischenberg (1976): S. 225

⁷⁰ Walker (1983): S. 157

⁷¹ Ebenda

⁷² Wieser (2012)

„Wahrscheinlich gibt es heute mehr Leute, die sich für ein Spiel der deutschen Bundesliga oder den Clásico [Real Madrid gegen Barcelona, Anm.] interessieren als für ein Spiel, das nicht ihren regionalen Klub involviert. Ich glaube, dass Real gegen Barcelona mehr Leute in der Steiermark interessiert als – zum Beispiel – Ried gegen Wr. Neustadt [österreichische Bundesligisten, Anm.]. Aber: Die steirischen Klubs interessieren sie natürlich ebenfalls.“⁷³

Deshalb setzt die „Krone“ schon seit Jahren auf eine umfangreiche Regionalsportberichterstattung und, wie in Kapitel 6.1.2 näher ausgeführt wird, baute diese 2011 in der Montagsausgabe schließlich auch in Ostösterreich auf acht Seiten aus. Die spezielle Bedeutung der Montagsausgabe – mit den gesammelten Informationen des Wochenendes, an dem die meisten Sportveranstaltungen der Woche stattfinden – betonte Walker bereits 1983:

„In dieser Morgenlektüre, so ist zu vermuten, interessieren dann weniger Ergebnisse, Spielverlauf oder Kommentare zum ‚großen Sportgeschehen‘ – denn darüber hat man ja auf elektronischem Weg zwei Tage lang genügend erfahren (können) – als vielmehr das Was, Wie oder Warum der näheren Umgebung.“⁷⁴

In den letzten Jahren hat sich die Situation allerdings etwas verändert, so stehen inzwischen auch Informationen über das „nahe Sportgeschehen“ auf elektronischem Weg zur Verfügung. Speziell im Fußball: Das in diesem Kapitel bereits erwähnte Amateurfußball-Portal „fanreport.com“ liefert, wie in Kapitel 6.2 näher ausgeführt, etwa Vorschauen und Berichte zu Spielen aller österreichischer Unterligen und -klassen.

Auch vor diesem Hintergrund wird deutlich, warum der ehemalige „Krone“-Sportchef Christoph Wikus, für den die Regionalisierung eine zentrale Strategie ist, wenn es um die Zukunft der Zeitung geht, betont, dass die Regionalisierung allein die Printzeitung aber nicht retten werde. Vor allem im Zusammenspiel mit dem Online-Bereich müsse es Veränderungen geben, wie wiederum in Kapitel 6.1.4 näher ausgeführt wird.

Die Bedeutung der regionalen Sportberichterstattung kann freilich auch durch konkrete Zahlen ausgedrückt werden. Laut einer repräsentativen Befragung der Gesamtbevölkerung des deutschen Bundeslandes Thüringen (ab 14 Jahren) aus dem Jahr 2002, bei der die Befragten bezogen auf 14 vorgegebene Programmbausteine jeweils mitgeteilt haben, ob der Baustein unbedingt zu ihrem persönlichen Wunschprogramm ihres selbstgestalteten (fiktiven) lokalen Fernsehprogrammes gehören sollte, nannten 59 Prozent der Bürger „regionale Sportberichte“ – damit rangierten „regionale Sportberichte“ in der Tabelle der Themenpräferenzen im Mittelfeld, an der Spitze lag „Kultur, Musik: Events aus der Region“.⁷⁵ Weiters wurden im Rahmen der Untersuchung auch Daten zu einzelnen lokalen TV-Sportangeboten erhoben. Für den Programmteil „Sport-Lokal“ von

⁷³ Wikus (2011)

⁷⁴ Walker (1983): S. 157

⁷⁵ Vgl. Burkhardt (2002): S. 116f

„TV-Ostthüringen“ etwa, von dem es jeweils am Dienstag eine neue Ausgabe gibt, gaben 64 Prozent der Befragten, die das Sport-Magazin schon einmal gesehen hatten, an, dass sie einmal pro Woche (oder häufiger) zuschauen. 22 Prozent schauen ein- bis dreimal pro Monat und 14 Prozent noch seltener.⁷⁶ Bei der Montagssendung „Jena-Sport“ von „JenaTV“ ist dies mit 67, 22 bzw. 11 Prozent beinahe ident.⁷⁷ Da die Untersuchung also auf Lokalfernsehen fokussiert ist, ist das Ergebnis für die vorliegende Arbeit, deren Fokus auf Zeitungen liegt, zwar nur bedingt aussagekräftig – ein Anhaltspunkt ist es aber in jedem Fall.

5.2 Merkmale der regionalen Sportberichterstattung

Der regionalen Sportberichterstattung wird von der Wissenschaft wenig Beachtung geschenkt. Walker (1983) und Pistorius (1994) sind eher die Ausnahmen, ansonsten gibt es kaum Texte und Studien, die sich ausschließlich mit regionaler oder lokaler Sportberichterstattung befassen – wenn, dann wird diese in Untersuchungen zur Sport- oder Regionalberichterstattung im Allgemeinen meist nur „gestreift“. Die wenigen Erkenntnisse lassen vermuten, dass die Defizite der regionalen Sportberichterstattung denen der überregionalen Sportberichterstattung weitgehend entsprechen.⁷⁸ Neben Vorwürfen wie Tendenz zur Sensationsmache, vor allem durch eine emotionale Sprache, die von Superlativen geprägt ist, Starkult, Dominanz des Leistungssports, vor allem des Fußballs, nationalistische und chauvinistische Tendenzen wird vor allem mangelnde kritische Reflexion kritisiert. Dies wird auch der Regionalberichterstattung im Allgemeinen vorgeworfen und resultiert hauptsächlich aus der mangelnden Qualifikation der Journalisten sowie deren Nähe zum Arbeitsgebiet. Auch diese Personalprobleme treten in der Regionalberichterstattung im Allgemeinen auf. Ein weiteres gemeinsames Merkmal zwischen Sport- und Regionalberichterstattung ist die Identifikation.⁷⁹ Diese drei Gemeinsamkeiten werden in der vorliegenden Arbeit als wichtige Merkmale der regionalen Sportberichterstattung angesehen und sollen im Folgenden näher ausgeführt werden.

5.2.1 „Hofberichterstattung“

Binnewies nennt 1983 den Terminus „Hofberichterstattung“, der, wie auch in Kapitel 4.2 ausgeführt wird, immer wieder in Verbindung mit der Regionalberichterstattung fällt, auch im Zusammenhang mit Abhängigkeitsverhältnissen im Rahmen der Sportberichterstattung:

⁷⁶ Vgl. Burkhardt (2002): S. 75

⁷⁷ Vgl. ebenda: S. 97

⁷⁸ Vgl. Digel (1983): S. 21

⁷⁹ Vgl. ebenda: S. 19f und Binnewies (1983a): S. 221 ff

Die Vereine sehen im Journalisten oft einen Erfüllungsgehilfen. Die Journalisten arrangieren sich, weil ihnen sonst Informationssperren drohen, die die eigene Arbeit behindern und erschweren. Das Problem der Beeinflussung und der Abhängigkeit von Journalisten ist allerdings ein allgemeines und nicht nur auf den Sport bezogen. Besonders Lokalzeitungen sind hier zu Kompromissen gezwungen, wenn sie die Wirtschaftlichkeit der Zeitung sicherstellen wollen.“⁸⁰

Auch Freudenreich kritisiert 1983, dass sich Sportjournalisten für exklusive Informationen gern zum Hofschreiber degradieren lassen:

„Die eigentlich gar nicht so falsche Devise ‚Runter von der Tribüne – hin zum Athleten‘, die längst nicht mehr nur zum Credo der Boulevardpresse gehört, hat zu Formen der Unterwürfigkeit geführt, die diesen Berufsstand immer unglaubwürdiger machen.“⁸¹

Weiters betont Freudenreich, dass dieser Opportunismus natürlich kein sportjournalistisches Spezifikum ist, in diesem Ressort aber oft besonders verblüffend auftritt. Zumal oft nicht nur enge Verbindungen zu den Sportlern selbst, sondern auch zu den Sportfunktionären oder zur Sportartikelindustrie bestehen und auch ein erheblicher Anteil an ehemaligen Leistungssportlern selbst im Sportjournalismus tätig ist.⁸² Auf diese und ähnliche Verstrickungen wird auch im folgenden Kapitel noch eingegangen.

Für Pistorius ist als Sportredakteur der „Neuen Osnabrücker Zeitung“ 1994 klar, dass derart enge Bindungen der Journalisten zu den Vereinen (Mannschaften, Sportlern etc.) Gefahren mit sich bringen:

„Die Nähe trübt den Blick für große Zusammenhänge, die Intimität verringert die persönliche Distanz, die Versuchung, aktiv durch Veröffentlichungen in des Geschehen einzugreifen, ist groß.“⁸³

Maßnahmen dagegen von Seiten der Zeitungen bleiben aber oft aus. Trotz des Bewusstseins, dass journalistische Grundprinzipien möglicherweise gefährdet sind, würden laut Pistorius eben beispielsweise bei der „Neuen Osnabrücker Zeitung“ Kontrollinstanzen wie etwa Rotation in der Berichterstattung oder regelmäßige interne Kritik fehlen.⁸⁴

Kommentare in einer explizit als meinungsäußernde Stilform gekennzeichneten Rubrik sind in der Regionalberichterstattung überhaupt selten. Wahrscheinlich zu selten, stellt der ehemalige „Krone“-Sportchef Christoph Wikus, mit dem im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein Experteninterview durchgeführt wurde, in Bezug auf die „Kronen Zeitung“ fest. Wikus, der zugibt, dass auch bei der „Krone“ die Regionalberichterstattung zum Teil weniger kritisch ausfällt, mag Artikel mit zu viel Schlagseite in beide Richtungen, wie er sagt, generell nicht und wünscht sich, dass allgemein strenger getrennt wird zwischen

⁸⁰ Binnewies (1983b): S. 122

⁸¹ Freudenreich (1983): S. 47

⁸² Vgl. ebenda: S. 46ff

⁸³ Pistorius (1994): S. 165

⁸⁴ Vgl. ebenda

Bericht und Meinung – nicht nur von der „Krone“, sondern auch von sämtlichen anderen österreichischen Zeitungen.⁸⁵

Dass Kommentare in der regionalen Sportberichterstattung im Vergleich zur überregionalen eher selten sind, hätte laut Pistorius nicht nur den Grund, dass die Berichte über die lokalen Spitzenklubs ohnehin stets eine kommentierende Tendenz enthalten würden. So würden sich zumindest in der überschaubaren Osnabrücker Sportszene kommentierbedürftige Themen auch eher selten aufdrängen. Außerdem gelte ein Kommentar in der redaktionsinternen Wahrnehmung nur bedingt als reizvoller Lesestoff, so werde etwa einer Reportage oder einer Personalstory ein höherer Wert zugeschrieben. Dies basiert jedoch auf keinerlei Umfragen, sondern wird lediglich vermutet. Pistorius spricht bei diesem dritten Grund selbst von einem seltsamen Widerspruch.⁸⁶

Zumal Pistorius auf den folgenden Seiten dann ausführt, welche Folgen einer der eben eher seltenen Kommentare hatte, worin dem Fußball-Aushängeschild der Region, dem VfL Osnabrück, der Abstieg prognostiziert wurde, und u. a. festhält:

„Die ausdrückliche Abkehr von einem lokalpatriotischen Wohlwollen, das einer Lokalzeitung sowohl extern als auch intern erfahrungsgemäß gestattet wird, setzte einen hohen Lesereiz und steigerte den Erinnerungswert.“⁸⁷

Die Betroffenen, also die Funktionäre, hätten jedoch ihre Verärgerung durch Einsilbigkeit und Ignoranz kundgetan⁸⁸, womit also erneut die Problematik der Informationssperre zu Tage tritt, die bereits eingangs dieses Kapitels von Binnewies angedeutet wurde. Eine Folge, die viele Lokalmedien von zu kritischer Berichterstattung abschreckt. So erklärt etwa der Gründer und Geschäftsführer des Amateurfußball-Portals „fanreport.com“, Dietmar Wieser, mit dem im Rahmen dieser Arbeit ebenfalls ein Experteninterview geführt wurde: „Wir haben keine APA-Aussendungen, wir müssen uns alles, was wir irgendwie schreiben, mit Hilfe der Vereine erarbeiten.“⁸⁹ Wieser meint aber auch, dass es ihnen gar nicht zustünde, einen Amateurfußballer, der vielleicht einen riesigen Berufsstress hat, trotzdem zwei- oder dreimal in der Woche trainiert, am Wochenende spielt und kein Geld dafür kriegt, – wie er es ausdrückt – in die Pfanne zu hauen, also zu kritisieren.⁹⁰ Was mit dem Beispiel aus Deutschland aber nur bedingt vergleichbar ist, nachdem der VfL Osnabrück erst 1993 aus der zweithöchsten deutschen Liga abgestiegen ist, also alles andere als ein reiner Amateurklub war.

⁸⁵ Vgl. Wikus (2011)

⁸⁶ Vgl. Pistorius (1994): S. 167f

⁸⁷ Ebenda: S. 174

⁸⁸ Vgl. ebenda: S. 175

⁸⁹ Wieser (2012)

⁹⁰ Vgl. ebenda

Walker sieht die Gefahr der Hofberichterstattung speziell in der regionalen Sportberichterstattung, wo die Medien zur Informationsbeschaffung meist eben nicht auf Agenturen zurückgreifen können, durch den hohen Anteil an freien Mitarbeitern als „Stofflieferanten“.⁹¹ Diese Problematik wird im folgenden Kapitel näher ausgeführt.

5.2.2 Personalprobleme

Nach der Untersuchung des Regionalsports des „Schwäbischen Tagblatts“ stellte Walker 1983 einen 66-prozentigen Anteil von freien Mitarbeitern als Informations-„Quelle“ an der gesamten Berichterstattung fest.⁹² Diese hätten nicht nur eine enge Verbindung zum Sport, sondern seien dort oft auch noch parallel tätig:

„Häufig sind es Trainer, Übungsleiter, Abteilungsleiter, nicht selten Sportwarte oder Klassenleiter, Kampf- bzw. Schiedsrichter, die für die Lokalpresse in die Tasten der Schreibmaschine greifen. Mannschaftsbetreuer, Lehrer, Ausschußmitglieder, organisatorische Leiter vervollständigen dieses recht diffuse Bild.“⁹³

Dieses Bild wird durch Motive wie „den eigenen Verein bekanntmachen“ noch diffuser. Man könnte beinahe von Regionaljournalismus als Ehrenamt sprechen, wenn Walker feststellt, dass der finanzielle Nebenverdienst nicht selten sogar in die Vereinskasse wandert. Zudem gaben 30 Prozent der freien Mitarbeiter zu, Berichte nach Übermittlung der Ereignisse nicht selbst zu verfassen, wodurch sich für den Leser also quasi „Lokalberichte aus dritter Hand“ ergeben.⁹⁴ Deshalb betont Walker: „Hier taucht natürlich die Frage nach Korrektheit, Glaubwürdigkeit und vor allem dem Sinn der lokalen Sportberichterstattung auf.“⁹⁵

Die Frage nach Korrektheit und Glaubwürdigkeit stellt sich zum Teil auch bei der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“. Wie der Autor der vorliegenden Magisterarbeit selbst festgestellt hat, als er in der Burgenlandsport-Redaktion der „Krone“ tätig war, sind oftmals nicht genügend Mitarbeiter vorhanden um alle relevanten Spiele vor Ort zu besetzen, womit diese beim Verfassen der Spielberichte auf die Informationen von Funktionären und Trainer angewiesen sind.

Die Arbeit des Sportredakteurs im Lokalen werde laut Walker also vor allem durch zwei Faktoren mitbestimmt:

„Qualitative und quantitative Mängel im Bereich der freien Mitarbeiter bedingen zum einen ein hohes Maß an Redigiertätigkeit, die dem Lokalsportredakteur nur wenig Zeit zu Eigenrecherchen, Kommentaren oder Features läßt.“⁹⁶

⁹¹ Vgl. Walker (1983): S. 161f

⁹² Vgl. ebenda

⁹³ Ebenda: S. 162

⁹⁴ Ebenda

⁹⁵ Ebenda

⁹⁶ Ebenda: S. 161

Die mangelnde kritische Reflexion in der Sportberichterstattung wird, wie auch in der Regionalberichterstattung, aber auch auf mangelnde Ausbildung der Redakteure selbst zurückgeführt. Sie werden immer wieder als Fachidioten bezeichnet, die größtenteils gar nicht die Qualifikation hätten, um mehr leisten zu können als die sogenannte „1:0-Berichterstattung“, eine ereignis- und ergebniszentrierte Berichterstattung, die den Sportjournalismus präge.⁹⁷ Allerdings kann vermutet werden, dass hier in den vergangenen Jahren eine Transformation stattgefunden hat. So stellt Schierl 2006 nämlich fest, dass vordergründige Spiel- und Ereignisberichterstattung in der Sportberichterstattung eine absolut untergeordnete Rolle spiele und bei Weitem die Hintergrundberichterstattung dominiere. Allerdings ist bei dieser Untersuchung der „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und des „Express“ anzumerken, dass auch sportbezogene Artikel außerhalb des Sportteils miteinbezogen wurden, die nahezu 23 Prozent der gesamten Berichterstattung ausmachten.⁹⁸ Das könnte wiederum auf die mangelnde Qualifikation der Sportjournalisten zurückgeführt werden, wenn Artikel ausgelagert werden.

Die mangelnde Ausbildung des regionalen Sportjournalisten hat oftmals auch mit dessen noch jungen Alter zu tun. Auch bei der „Krone“ werden neue, junge Kräfte zunächst meist in die Regionalredaktionen gesetzt, wie der Autor der vorliegenden Magisterarbeit selbst festgestellt hat, als er bei der „Krone“ tätig war. Noch drastischer ist die Situation beim Amateurfußball-Portal „fanreport.com“, das, wie in Kapitel 6.2 genauer ausgeführt wird, aus Kostengründen fast ausschließlich auf junge und/oder journalistisch unerfahrene Leute setzen muss. Viele von ihnen seien Studenten, die oft nicht nur begeisterte Fußballfans sind, sondern auch selbst aktiv Fußball spielen. Hin und wieder könne es dabei auch vorkommen, dass jemand über eine Liga schreibt, in der er selbst spielt.⁹⁹

Derartige Verstrickungen sind, wie bereits im vorangegangenen Kapitel angedeutet, im Sportjournalismus allgemein nichts Seltenes. Auch bei der „Krone“ sitzt mit der Ex-Schwimm-Europameisterin Vera Lischka eine ehemalige Spitzensportlerin in der Redaktion.¹⁰⁰ Aber auch die „normalen“ Redakteure haben zum Teil engen Kontakt zu den Vereinen und Sportlern, dazu hält „Krone“-Sportchef Christoph Wikus fest:

„Natürlich ist es gut, wenn ich einen Redakteur habe, der sehr nah dran an den Leuten ist, der wird auch nicht unbedingt etwas Böses über sie schreiben. Aber wichtig ist, dass ich einen zweiten habe, der zu diesem Verein keine sonderliche Nähe hat und der auch sehr wohl schreibt, dass dieses oder jenes falsch war.“¹⁰¹

⁹⁷ Vgl. Schierl (2006): S.23f

⁹⁸ Vgl. ebenda: S. 33f

⁹⁹ Vgl. Wieser (2012)

¹⁰⁰ Vgl. etwa „Kronen Zeitung“ vom 3. August 2014

¹⁰¹ Wikus (2011)

Wikus gibt durchaus zu, selbst mit Sportlern zum Teil sogar sehr gut befreundet zu sein, gleichzeitig stellt er jedoch klar: „Die hatten eigentlich alle nur Nachteile davon. In dem Moment, wo ich mit jemandem befreundet bin, schreibe ich nämlich nicht mehr über denjenigen.“¹⁰² Hier obliegt eine klare Grenzziehung eben oft dem Verantwortungsbewusstsein des Journalisten selbst.

5.2.2.1 Exkurs: Trend zu User-Generated-Content

Die zu Beginn des vorangegangenen Kapitels beschriebene Problematik um journalistisch tätige Laien könnte in Zukunft im Journalismus generell, aber eben auch in der Regionalberichterstattung noch größer werden. Die Menschen können heutzutage durch die hohe Benutzerfreundlichkeit neuer Technologien relativ einfach selbst journalistisch aktiv werden und Lücken im Informationsangebot zu schließen. So entstanden in den vergangenen Jahren zahlreiche Blogs, Wikis etc., was speziell für Regionalzeitungsverlage aber wiederum auch die Chance eröffnet, durch die Einbeziehung der Menschen aus der Region als Informationsquelle für lokale und sublokale Inhalte ihre lokale Kompetenz zu stärken. Dadurch ändert sich auch die Kostenstruktur der Medienangebote. Indem die Inhalte eben durch Nutzer generiert werden, fallen die hohen Fixkosten dafür weg, die Anbieter konzentrieren sich hauptsächlich nur noch auf die Moderation und Steuerung.¹⁰³

5.2.3 Identität, Identifikation und persönliche Beziehungen

„Wir berichten über dich!“ Der Slogan des Amateurfußball-Portals „fanreport.com“ kommt nicht von ungefähr.¹⁰⁴ Identität und Identifikation spielen, wie schon mehrfach in der vorliegenden Arbeit betont, in der Regionalberichterstattung eine große Rolle. Zunächst gilt es aber noch einen Schritt zurück zu machen. Kabel, der sich mit Regionalisierung des Rundfunks als Identitätschance für Hörer und Zuschauer beschäftigte, meint 1984, dass es wohl das schwierigste philosophische Vorhaben überhaupt sei, über die Identität des Menschen zu sprechen:

„Wer ist der Mensch? Woher kommt er? Wohin geht er? Was macht sein „Mensch-Sein“, seine Identität aus? Ich will mich daher auf Umwegen einer Umschreibung von Identität nähern, möchte ganz bescheiden zunächst lieber Integrität sagen: Unversehrtheit, Chance zu freier Entfaltung, was auch immer zu entfalten sein mag, Möglichkeit zur Teilhabe am Geschehen, Fähigkeit und Interesse, die eigene Position in der Welt zu erkunden, Absicht, Selbständigkeit zu erlangen, Einsicht in die eigene Einmaligkeit in der Gemeinschaft zu gewinnen.“¹⁰⁵

¹⁰² Wikus (2011)

¹⁰³ Vgl. Huber/Kaspar (2010): S. 188f

¹⁰⁴ Vgl. Kapitel 6.2

¹⁰⁵ Kabel (1984): S. 43

Im Falle der Regionalberichterstattung haben Rezipienten zum Teil sogar die Gelegenheit, selbst zu Produzenten zu werden, oder auch eine erhöhte Chance, selbst Objekt der Berichterstattung zu werden. Zumindest haben sie jedoch die Möglichkeit, über Menschen wie sich selbst, also mit ähnlichen Sorgen, Interessen und Lebensverhältnissen, zu lesen. Mehr Angebot und auch eine bessere Ausbildung der Medienverantwortlichen könne laut Kabel zu besseren Voraussetzungen für die Identitätsfindung des Publikums führen. Die Inhalte dürfen nicht Ablenkung des Menschen im Auge haben, sondern Entwicklung und Hinführung zum Selbst. So bietet die Regionalisierung Chancen, zum Ausbau von Identitäten beizutragen.¹⁰⁶

Hinsichtlich des Ausbaus von Identitäten und Identifikation eröffnet sich speziell im regionalen Sportjournalismus eine weitere Dimension, indem über Sportvereine berichtet wird. So stellt Reulecke 1984 fest, nachdem er sich mit historischen Identitäten im Ruhrgebiet auseinandergesetzt hatte: „Eine der berühmtesten Möglichkeiten zur Identifikation, in ihrer psychologischen Wirkung kaum zu unterschätzen, bot der Fußballverein allen voran natürlich Schalke 04.“¹⁰⁷

Herrmann, die sich 1993 mit lokaler Presse im ländlichen Raum beschäftigte, hält in Bezug auf Vereine und deren ritualisierte, unkomplizierte und konfliktreduzierte Begegnungs- und Kommunikationsstrukturen fest:

„Die im Sport besonders ausgeprägten festen Rituale können den einzelnen entlasten, indem sie ihm ein bestimmtes Verhalten in seiner Auseinandersetzung mit den Vereinsangehörigen und der Identifikation mit der eigenen Lebenswelt vorgeben und ihn gleichzeitig als Mitglied und Teil dieser lokal begrenzten Lebenswelt in ein größeres Ganzes eingliedern. Über den konkreten Ablauf und die unmittelbare Aktion hinaus wird ihm eine Sinndeutung und orientierende Einordnung geboten, ein Angebot, das besonders von der lokalen Berichterstattung gestützt wird.“¹⁰⁸

Zudem werden laut Herrmann Sportvereine in der Berichterstattung nicht nur als Vereinigungen Sportinteressierter dargestellt:

„Die Mannschaften erscheinen vielmehr in erster Linie als ausgesandte Abordnungen ihrer Dörfer und Städte, deren „Farben“ würdig vertreten werden müssen, d.h. deren Stärke und Einigkeit in der Auseinandersetzung mit anderen Gemeinden unter Beweis zu stellen sind. Es sind nicht gleichgesinnte Sportler aus Marktzeuln und Hochstadt, aus Kronach und Wihelmsthal, die gegen andere Vereinigungen von Sportinteressierten antreten. Es sind „die Marktzeulner“ und „die Hochstadter“, „die Kronacher“ und „die Wilhelmstaler“ allgemein, die sich dem (spielerischen) Kampf mit anderen Gemeinden stellen.“¹⁰⁹

¹⁰⁶ Vgl. Kabel (1984): S. 48f

¹⁰⁷ Reulecke (1984): S. 123

¹⁰⁸ Herrmann (1993): S. 134

¹⁰⁹ Ebenda: S. 132

Diese Gleichsetzung ist alles andere als ein Einzelfall, in Herrmanns Untersuchung sei diese gleich in 91 % aller untersuchten Sportartikel erfolgt. Wenn man Parallelen zu internationaler Ebene ziehen möchte, könnte man also festhalten, dass es in der Lokal-sportberichterstattung mit den Ortsidentifikationen und Ortsbezügen so läuft, wie etwa Weltmeisterschaften nationale Identifikationen ansprechen.¹¹⁰ Die Parallelität von gemeindlicher Identität sowie Vereinsidentität und -ideologie zeige sich im Sport besonders deutlich:¹¹¹

„Die Berichterstattung stellt diesen Bezug explizit her. Sie nimmt jede Woche wieder die standardisierte Interpretation der sportlichen Wettkämpfe als Austragung von Ortskonkurrenzen vor, hält damit ein Bild des örtlichen Ganzen aufrecht und bestätigt es vor dem Vergleich mit anderen lokalen Lebenswelten, die von den generischen Mannschaften repräsentiert werden.“¹¹²

Neben den Ortsbezogenheiten dominiere in der regionalen Sportberichterstattung auch ein zweiter Symbolkomplex, der für das Ganze der lokalen Lebenswelt steht: ein Sprachbild von Heimat und vom vertraut Einheimischen. So seien es stets die „Einheimischen“, die „aufopfernd kämpfen“ für ihren Heimatort.¹¹³

Darüber hinaus können in der regionalen Berichterstattung freilich auch direkte Freundschafts- und Verwandtschaftsbeziehungen für einen hohen Identitäts- und Identifikationsfaktor sorgen. So weist etwa der ehemalige „Krone“-Sportchef Christoph Wikus darauf hin, dass die Oma wahrscheinlich lieber über ihr Enkerl lese als über einen Mittelfeldspieler von Rapid.¹¹⁴ Auch der Gründer und Geschäftsführer des Amateurfußball-Portals „fanreport.com“, Dietmar Wieser, betont, dass die persönliche Ebene in der regionalen Sportberichterstattung eine wichtige Rolle spielt. Dabei spricht Wieser, der auch begeisterter Hobbyfußballer ist, sowohl aus persönlicher als auch aus beruflicher Erfahrung:

„Ich lese gerne etwas über meinen eigenen Verein und freue mich auch, wenn ich selbst erwähnt bin und vielleicht sogar gelobt werde – wenn ich etwa ein Tor geschossen habe und sogar im ‚Team der Runde‘ stehe. Gerade Kategorien wie eben ‚Team der Runde‘, ‚Spieler der Woche‘ oder ‚Expertentipp‘ – also alles, was mit Persönlichkeit zu tun hat – wird angeklickt und auch auf Facebook geliked ohne Ende. Da spielt der Freundeskreis eine große Rolle – nach dem Motto: ‚Hey, den kenn ich, das gefällt mir.‘“¹¹⁵

¹¹⁰ Vgl. Herrmann (1993): S. 133

¹¹¹ Vgl. ebenda

¹¹² Ebenda: S. 133f

¹¹³ Ebenda: S. 133

¹¹⁴ Vgl. Wikus (2011)

¹¹⁵ Wieser (2012)

6 Relevante Medien

Der zentrale Analysegegenstand der vorliegenden Arbeit ist die „Kronen Zeitung“. Um zusätzliche Aspekte aus dem Feld der regionalen Sportberichterstattung aufzuzeigen, wird in diesem Kapitel neben der „Krone“ mit dem Amateurfußball-Portal „fanreport.com“ auch noch ein weiteres Medium vorgestellt. Mit dessen Gründer und Geschäftsführer, Dietmar Wieser, der an mehreren Stellen dieser Arbeit zitiert wird, wurde ebenso ein Experteninterview geführt wie mit „Krone“-Sportchef Robert Sommer sowie dessen Vorgänger Christoph Wikus.

6.1 „Kronen Zeitung“

Auch wenn die Leserzahlen in den vergangenen Jahren stets gesunken sind, ist das Boulevardblatt „Kronen Zeitung“ mit 2,480 Mio. Lesern, das entspricht einer Reichweite von 34,3 %, nach wie vor der eindeutige Marktführer unter den österreichischen Tageszeitungen. Besonders im Osten Österreichs ist die „Krone“ stark vertreten. Im Burgenland hat sie mit 47,9 % von allen Bundesländern die höchste Reichweite.¹¹⁶

Die „Kronen Zeitung“ wurde 1900 gegründet, 1944 eingestellt und erst 1959 als Boulevardblatt im Kleinformat von Hans Dichand und Kurt Falk neu gegründet und herausgegeben. 1988 stieg Falk als Miteigentümer aus und machte damit den Weg frei für die „WAZ“. Mit der deutschen Verlagsgruppe geriet Dichand ebenfalls in Konflikt, sie ist aber nach wie vor Hälfteeigentümer. Als Hans Dichand 2010 starb, folgte ihm sein Sohn Christoph Dichand, der bereits seit 2003 Chefredakteur war, auch als Herausgeber nach. Die „Kronen Zeitung“ kostet derzeit 1 € und erscheint im Kleinformat. Sie erscheint auch sonntags. Da kostet sie ebenfalls 1 € und wird in Selbstverkaufstaschen vertrieben. Der extreme Erfolg der „Krone“ wird verschiedenen Faktoren zugeschrieben: So war sie die erste Zeitung, die ihre Sonntagsblätter eben per Selbstverkaufstaschen an die Leute brachte. Auch innovative Marketingideen wie Gewinnspiele sollen zum Markterfolg beigetragen haben. Durch verständliche, unkomplizierte Sprache, kurze Sätze und ein allen vertrautes Vokabular, schaffe sie es, wie es oft heißt, dem Zeitunglesen das Anstrengende zu nehmen. Hintergrund wird oft durch Kommentar und Meinung ersetzt. Auch durch das handliche Kleinformat kann die „Krone“ punkten. Außerdem bietet sie – vom Pin-up bis zur Kolumne des Kardinals – eine bunte inhaltliche Mischung.¹¹⁷

¹¹⁶ Vgl. Media Analyse 2013

¹¹⁷ Vgl. Haas (2008): S. 105ff

6.1.1 Die Sportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ als Erfolgsfaktor

Die Sportberichterstattung gilt als ein wesentlicher Erfolgsfaktor der „Kronen Zeitung“. Laut des ehemaligen Sportchefs der „Krone“, Christoph Wikus, mit dem im Rahmen dieser Arbeit ein Experteninterview geführt wurde und der sich darin auf (öffentlich nicht zugängliche) Studien beruft, sei der Sport der „Krone“ nicht nur das Kaufargument Nummer eins, sondern auch die meistgenannte Antwort auf die Fragen, was die Rezipienten in der „Krone“ am liebsten lesen und wovon sie gerne noch mehr lesen würden. Eine weitere Leser-Umfrage soll dem Sport die größte Kompetenz unter allen Ressorts der „Krone“ bescheinigt haben.¹¹⁸

Auch öffentlich zugängliche Studien sprechen dem Sport der „Krone“ eine hohe Bedeutung zu – so halten etwa Bruck et al., die die Rezeption der „Krone“ im Allgemeinen mittels Fokusgruppeninterviews untersuchten, fest:

„Sport und vor allem Fußball spielen nach allen Beobachtungen bei der Lektüre der NKZ [Neuen Kronen Zeitung, Anm.] eine hervorragende Rolle. Vermutlich lesen viele Österreicher die NKZ vorwiegend wegen des Sportteils.“¹¹⁹

In besonderem Maße treffe dies auf Fußballer selbst zu, da diese stark nutzenorientierte, funktionelle Leser der „Krone“ seien. Deshalb stünde für sie eindeutig der Sportteil im Vordergrund. Die „Krone“ werde von den Fußballern laut Bruck et al. nicht nur wegen des Sportteils gekauft, dieser werde von den Fußballern auch zuallererst gelesen.¹²⁰ Hinsichtlich der Rezeption der „Krone“-Sportberichterstattung in der Fokusgruppe der Fußballer halten Bruck et al. im Detail fest:

„Im Zentrum des Interesses am Sport steht naturgemäß der Fußball. Unsere Interviewpartner betonten, wie wichtig es für sie ist, daß auch die kleinen Vereine (regionale und lokale Ligen) Platz in der NKZ [Neuen Kronen Zeitung, Anm.] bekommen. Diese Berichte haben für sie einen sehr hohen Nachrichtenwert. Sie erfahren Ergebnisse der anderen Mannschaften ihrer Liga und den aktuellen Tabellenstand, weiters Torschützen, Ausschlüsse etc. Dies ist auch strategisches Wissen, das sie eventuell für das nächste Match benützen können. Das nutzenorientierte Naheverhältnis von Fußballern und NKZ läßt sich mit dem Verhältnis eines Wirtschaftsmanagers zur Financial Post vergleichen. Gelesen wird, was für die Hauptbeschäftigung wichtig ist.“¹²¹

Selbst wenn es sich um eine Niederlage handelt, sei es für die Fußballer von besonderem Reiz, das eigene Spiel in der Zeitung berichtet zu sehen. Sie würden sich dann selbst in der Öffentlichkeit vorhanden sowie bestätigt sehen und seien stolz auf den da-

¹¹⁸ Wikus (2010)

¹¹⁹ Bruck et al. (1996): S. 118

¹²⁰ Vgl. ebenda: S. 132

¹²¹ Ebenda: S. 132f

mit verbundenen Hauch von Ruhm.¹²² Bruck et al. stellten allerdings auch fest, dass das Interesse an der Sportberichterstattung der „Krone“ stark geschlechterabhängig sei:

*„Fast alle Männer lesen den Sportteil der NKZ [Neuen Kronen Zeitung, Anm.] und bewerten ihn sehr positiv. Einige Männer (Fußballer) kaufen und lesen die NKZ allein wegen des Sportteils. Für die befragten Frauen spielt der Sportteil der Neuen Kronen Zeitung keine Rolle.“*¹²³

6.1.2 Entwicklung der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“

Das erste Bundesland, in der die „Kronen Zeitung“ eine Regionalausgabe veröffentlichte, war die Steiermark. Der ehemalige Sportchef der „Krone“, Christoph Wikus, mit dem im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein Experteninterview geführt wurde, stieß Mitte der 1970er Jahre zur Zeitung und wurde damals mit der Aufgabe angestellt, eben diesen Steirersport zu betreiben, denn diese erste Regionalisierung des Boulevardblattes betraf laut Wikus bereits stark die Sportberichterstattung. Auch in Oberösterreich hat es bald eine regionale Berichterstattung gegeben, in den restlichen Bundesländern kam sie erst in den folgenden Jahren. Vorübergehend hatte es sogar in Vorarlberg eine Regionalausgabe gegeben, diese wurde jedoch wieder eingestellt. Während etwa die Montagsausgabe der Steiermark schon von Beginn an acht Seiten Regionalsport umfasste, fiel die Regionalsportberichterstattung in den anderen Bundesländern anfangs noch geringer aus, erinnert sich Wikus: „Als wir in Salzburg begonnen haben, waren das zweimal in der Woche maximal eine Seite.“ Aber auch in diesen Bundesländern wurde der Umfang der Regionalsportberichterstattung erweitert und so hielten im Verlauf der Jahre auch die acht Seiten Regionalsport am Montag Einzug. Die letzten Bundesländer in dieser Hinsicht waren Wien, Niederösterreich und das Burgenland, in denen diese Erweiterung der Regionalsportseiten in der Montagsausgabe erst im August 2011 erfolgte. Unter der Woche pendelte sich der Umfang auf ein bis zwei Regionalseiten ein. Grundsätzlich wurde der Umfang der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ also stetig erweitert. Reduzierungen gab es laut Wikus bloß, wenn der Umfang der kompletten Zeitung, z. B. wegen hoher Papierpreise, eingeschränkt wurde.¹²⁴

6.1.3 Die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ im Burgenland

Nachdem der Autor der vorliegenden Magisterarbeit selbst bei der „Kronen Zeitung“ tätig war, kann er deren burgenländische Regionalsportberichterstattung, die in diesem Unterkapitel vorgestellt wird, aufgrund seiner eigenen Arbeitserfahrungen beschreiben.

Der Umfang der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ für das Bundesland Burgenland ist – wie schon im vorangegangenen Kapitel kurz angerissen – tagesab-

¹²² Bruck et al. (1996): S. 133

¹²³ Ebenda: S. 253

¹²⁴ Vgl. Wikus (2011)

hängig und entspricht meist der Seitenanzahl der Bundesländer Wien und Niederösterreich. Am umfangreichsten ist die Regionalsportberichterstattung, während die Fußballsaison läuft, an Montagen. Da umfasst sie seit August 2011 acht Seiten, sonntags sind es während der Fußballsaison vier. Ansonsten sind es wie in der Regel auch unter der Woche zwei Seiten. Eine einzige Regionalseite gilt eher als Ausnahme.

Zu den Regionalseiten kommen teilweise noch Mutationen auf den überregionalen Seiten hinzu. Da diese Mutationen jedoch hauptsächlich die Berichterstattung über Fußball-Bundesligisten betreffen und mit Mattersburg 2013 der einzige burgenländische abgestiegen ist, sind Burgenland-Mutationen seither äußerst selten geworden. Bis dahin konnte man sich eine solche Mutation folgendermaßen vorstellen: Während der Mattersburg-Spielbericht in der Wiener Ausgabe oft nur ein zweisepaltiger Artikel war, sollte dieser in der Burgenland-Ausgabe jedoch der Aufmacher, also die bedeutendste Einheit der jeweiligen Doppelseite, sein. Also wurde der Wiener Aufmacher, etwa der Spielbericht von Austria Wien, in der Burgenland-Ausgabe dann zum Zweispalter und der Mattersburg-Bericht übernahm die Position des Aufmachers.

Auf den Burgenlandsport-Seiten findet man regelmäßig auch Artikel aus anderen Bundesländern. Diese Geschichten werden, wenn sie von überregionalem Interesse sind, von den anderen Bundesländer-Redaktionen – was für das Burgenland hauptsächlich Wien und Niederösterreich betrifft – in selber oder verkleinerter Form übernommen. Die meist beachtete Sportart auf den Burgenland-Seiten ist Fußball. Dabei dominieren Berichte über den burgenländischen Vertreter in der Ersten Liga (zweithöchste Spielklasse), Mattersburg. Daneben wird auch das Spielgeschehen in der Regionalliga Ost (dritthöchste Leistungsstufe) und in etwas geringerem Maße auch jenes der Landesliga (vierthöchste Leistungsstufe) berücksichtigt. Die Montagsausgabe umfasst dazu die Tabellen aller anderen Fußball-Unterklassen des Burgenlands und auch Geschichten über diese inklusive Fotos. Ansonsten finden auch Basketball und Segeln starke Berücksichtigung, die restlichen Sportarten werden in geringerem Maße behandelt. In der Montagsausgabe finden außerdem Nachwuchssport und Trendsportarten Platz.

Zum Mitarbeiter-Stamm der Burgenland-„Krone“ zählen vier Personen. Dazu kommen noch freie Mitarbeiter, die Beiträge zur erweiterten Montagsausgabe liefern. Die Aufgabengebiete der einzelnen Redakteure, die sich meist aus deren persönlichen Interessen ergeben, sind nach Sportarten bzw. Vereinen relativ fix aufgeteilt und verschieben sich größtenteils nur bei Abwesenheit eines Mitarbeiters.

6.1.4 Exkurs: Das Wikus'sche Hybrid-Modell für die „Krone“

Für Christoph Wikus, den ehemaligen Sportchef der „Kronen Zeitung“, auf dessen Bestreben im August 2011 auch in den Bundesländern Wien, Niederösterreich und Burgenland in der Montagsausgabe die Regionalberichterstattung auf acht Seiten ausgeweitet wurde, ist die Regionalisierung eine zentrale Strategie, wenn es um die Zukunft der Zeitung geht. Gleichzeitig betont Wikus jedoch, dass die Regionalisierung allein die Printzeitung nicht retten werde – vor allem im Zusammenspiel mit dem Online-Bereich müsse es Veränderungen geben, die wiederum auch der Regionalberichterstattung neue Türen öffnen würden. Festzuhalten ist, dass Wikus, mit dem im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein Experteninterview geführt wurde, selbst nie vom „Wikus'schen Hybrid-Modell“ gesprochen hat, sondern seine Überlegungen, die er im Interview geäußert hat, vom Autor dieser Arbeit bloß unter diesem Titel zusammengefasst wurden.¹²⁵

Grundsätzlich ist Wikus der Meinung, dass die Printzeitung nicht aussterben wird. Diese Gefahr bestehe für eine Zeitung allerdings nur dann nicht, wenn sie lerne neben den elektronischen Medien zu koexistieren. Beide könnten sich laut Wikus stark befruchten. Er meint, es würde noch unheimliches Potenzial für Interdependenzen und Zusammenarbeit geben, weshalb Wikus für die „Kronen Zeitung“ ein verstärktes Zusammenspiel des Printprodukts mit dem Online-Bereich (krone.at, krone.tv) für sinnvoll hält. Dieses Zusammenspiel beschränkt sich zum Zeitpunkt des Interviews, im Dezember 2011, wie auch im Juli 2014 noch auf ein Minimum. So werden nur einige wenige Print-Artikel online veröffentlicht. Man fürchte nämlich, dass man sich sonst das Printprodukt kaputt machen würde.¹²⁶

Das Modell von Christoph Wikus, der dieses eben schon 2011 propagierte, sieht zwar ebenfalls einen Gratis-Online-Bereich vor, daneben jedoch auch einen kostenpflichtigen Bereich. „Krone“-Abonnenten sollen dafür automatisch eine Zugangsberechtigung erhalten, wodurch Wikus dem Abo-Rückgang Einhalt gebieten möchte:

„Da gibt's diese wunderschöne Formel von der Columbia School of Journalism, wie viele Zeitungen man verkaufen kann in einem Markt der Größe x und da ist die ‚Kronen Zeitung‘ um ein vielfaches drüber. Das heißt extrem nach oben wird es vom Printprodukt her nicht mehr gehen. Da wäre es wahrscheinlich vernünftig zu sagen, jeder Leser, den wir jetzt noch dazugewinnen, kostet uns an Werbebesuchen und sonstigen Goodies mehr als er uns bringen kann. Ein wenig müssen wir da auch auf die Verteidigung unserer Auflage schauen und das kann man, glaub ich, eben hervorragend mit einer Kombination aus Print-Abo plus Gratis-Zugang zu einer Bezahlstrecke machen.“¹²⁷

¹²⁵ Vgl. Wikus (2011)

¹²⁶ Vgl. ebenda

¹²⁷ Ebenda

Man könne zwischen einem elektronischen Medium und einem Printprodukt hervorragend Ping-Pong spielen, betont Wikus. Im Gratis-Onlinebereich sollen die Geschichten nie vollständig erscheinen:

„Die Leute müssen den Anreiz haben, die Zeitung zu kaufen. Das heißt, ich teaser diese Geschichten online an, wobei der Teaser – so wie in einer Fernsehserie als letzte Szene auch irgendetwas Aufregendes passiert – etwa mit dem Satz: ‚Die Antwort von Marcel Koller [ÖFB-Teamchef, Anm.] lesen Sie in der morgigen Kronen Zeitung‘ endet. Und in der Bezahl-,Krone‘ in der Früh steht dann: ‚Und was Herr Windtner [ÖFB-Präsident, Anm.] dazu sagt, finden Sie selbstverständlich auf Krone Sport Premium.‘“¹²⁸

Während im Gratis-Onlinebereich der Inhalt also bloß angerissen und auf das Printprodukt verwiesen wird, sollen im kostenpflichtigen Bereich noch ergänzende und zusätzliche Informationen, Bilder, Videos etc. angeboten werden. Zudem sieht Wikus durch dieses verstärkte Zusammenspiel mit dem Online-Bereich eine große Chance, das Problem, das durch die größer gewordene Mobilität in der Gesellschaft rund um die Regionalberichterstattung entstanden ist, zu lösen:

„Die Kärntner Studenten oder Arbeiter, die es nach Wien verschlagen hat, wollen wahrscheinlich mehr über den KAC [Eishockey-Klub aus Klagenfurt, Anm.] lesen, als es die Wiener Krone liefern kann. Das ist online hervorragend zu bedienen.“¹²⁹

So soll der kostenpflichtige Onlinebereich eben auch alle Regionalberichte beinhalten, sodass diese auch in anderen Bundesländern zugänglich sind. Womit dann eigentlich gar nicht von Regionalberichterstattung die Rede sein kann, sondern eher von einem flächendeckenden extrem breit gefächerten Angebot, worin Wikus für den Leser einen großen Mehrwert sieht: „Damit schwemme ich alles weg.“¹³⁰

6.1.5 Zur Person: Christoph Wikus, ehemaliger Sportchef der „Kronen Zeitung“

Christoph Wikus war bis 31. Jänner 2013 Sportchef der „Kronen Zeitung“. Er wurde 1948 in Wien geboren. Wikus studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, schloss das Studium jedoch nicht ab. Nebenher war er Coach in der österreichischen Basketball-Bundesliga. Zur „Kronen Zeitung“ kam Wikus, der auch ein begeisterter Motorsportler ist, im Jahr 1975, wo er bald eine leitende Funktion innehatte. Nachdem er mit der Aufgabe, die steirische Regionalsport-Berichterstattung zu betreiben, angestellt worden war, war er auch an der Einführung der Regionalberichterstattung in den anderen Bundesländern beteiligt. Die Regionalisierung war also sein erstes Standbein bei der „Krone“.¹³¹

¹²⁸ Wikus (2011)

¹²⁹ Ebenda

¹³⁰ Vgl. ebenda

¹³¹ Vgl. ebenda

Sportchef der „Kronen Zeitung“ war Wikus, der schon seit Mitte der 1980er Jahre Stellvertreter von Michael Kuhn war, ab 2003. Als solcher beschäftigte er sich auch weiterhin mit der Regionalisierung. So wurde im August 2011 auf sein Bestreben hin auch in den Bundesländern Wien, Niederösterreich und Burgenland in der Montagsausgabe die Regionalberichterstattung auf acht Seiten ausgeweitet. Auch wenn er sich nicht als Visionär bezeichnen wollte, so war Wikus doch ein Sportchef, der Weitblick bewies und sich mit Zukunftsproblemen der Zeitung beschäftigte, die über den Sport hinausgehen. Dabei nannte er Probleme nicht nur, sondern hatte gut ein Jahr vor seiner Pensionierung auch mögliche Lösungsvorschläge parat, die im vorangegangenen Kapitel bereits näher ausgeführt wurden.¹³²

6.1.6 Zur Person: Robert Sommer, „Krone“-Sportchef

Mit Robert Sommer, der Christoph Wikus mit 1. Februar 2013 als Sportchef der „Krone“ nachfolgte, wurde ebenfalls ein Experteninterview geführt. Seine Äußerungen werden hauptsächlich im Fazit und Ausblick ausgeführt.

Sommer wurde 1962 in Wien geboren. Schon als Kind wollte er Sportjournalist werden. Nachdem er einen Journalisten-Wettbewerb gewonnen hatte, bei dem der damalige „Krone“-Sportchef Michael Kuhn Juror war, fing Sommer direkt nach der Matura beim Boulevardblatt in der Muthgasse an. Auf seinem Weg zum Sportchef war der Wiener, der in seiner Jugend Leichtathlet war, u.a. als Leiter des niederösterreichischen Regionalsportteils sowie lange Zeit als Sport-Adabei (Kolummentitel „Im Sport dabei“) tätig.¹³³

6.2 „fanreport.com“

„fanreport.com“ – ursprünglich: „fanreport.at“ – ist laut Eigendefinition ein Portal für den Amateurfußball. Als solches hat es sich zur Aufgabe gemacht dem Amateurfußball die Plattform zu geben, die sonst nur dem Profifußball vorbehalten ist.¹³⁴

Profifußball wird in der Berichterstattung bewusst ausgeklammert, da die Konkurrenz zu groß wäre, erklärt der Gründer und Geschäftsführer von „fanreport.com“, Dietmar Wieser, mit dem im Rahmen dieser Arbeit ein Experteninterview geführt wurde. Im Amateurfußball erkannte er jedoch eine Marktlücke.¹³⁵ Wieser ist selbst begeisterter Amateurfußballer bei einem niederösterreichischen Verein und spricht aus eigener Erfahrung:

¹³² Vgl. Wikus (2011)

¹³³ Vgl. Sommer (2014)

¹³⁴ Vgl. fanreport.com

¹³⁵ Vgl. Wieser (2012)

*„Bei Amateurfußballspielen trifft sich fast der ganze Ort und von dem her haben wir gewusst, dass im Regionalen viele Emotionen dahinter sind, dass das stark polarisiert in Österreich. So haben wir erkannt, dass da genug Potenzial da ist, um eine Amateurplattform zu machen.“*¹³⁶

Die Plattform ging erstmals am 30. Juli 2009 online. Zunächst beschränkte sich die Berichterstattung ein Jahr lang bloß auf vier Ligen im Mostviertel (zwei 1. Klassen, Gebietsliga West und 2. Landesliga West) sowie die Mostviertler Mannschaften aus der 1. Landesliga. Im Sommer 2010 wurden dann auch die 1. Klassen und Gebietsligen aus den anderen Vierteln Niederösterreichs in die Berichterstattung aufgenommen. Über die Winterpause 2010/11 wurde das Angebot um die Bundesländer Wien und Steiermark erweitert, im Sommer 2011 dann auch um das Burgenland, Tirol und Salzburg, wobei bei Letzterem eine bestehende Seite integriert wurde. Im März 2012 kamen mit Oberösterreich, Vorarlberg und Kärnten schließlich auch die restlichen Bundesländer hinzu. Inzwischen findet man auf „fanreport.com“ in allen Bundesländern Berichte aus allen Spielklassen hinauf bis zu den jeweiligen Landesligen. Die Regionalligen sind ausgelagert auf „regionalliga.at“, wobei „fanreport.com“ hier nur die Ostliga-Berichterstattung betreibt.¹³⁷

Das Angebot von „fanreport.com“ beschränkt sich nicht nur auf Spielberichte sondern schließt auch Stimmen zu den Spielen, Fotos, Videos, Interviews, Analysen, Hintergrundgeschichten sowie Live-Ticker mit ein. Die Live-Ticker werden von Funktionären der Fußballvereine selbst betreut, für die restlichen Angebote sorgen Reporter. Diese sind entweder freie Mitarbeiter, haben Werkverträge oder arbeiten ehrenamtlich. Darunter sind viele Studenten, die oft nicht nur begeisterte Fußballfans sind, sondern auch selbst aktiv Fußball spielen – hin und wieder könne es dabei auch vorkommen, dass jemand über eine Liga schreibt, in der er selbst spielt. Dabei hätte es laut Wieser aber noch nie ein Problem gegeben, meistens seien die Berichte über eigene Spiele sogar noch kritischer als wenn sie von anderen geschrieben worden wären.¹³⁸

Dabei wolle man, wie auch in Kapitel 5.2.1 ausgeführt wird, überhaupt nicht zu kritisch berichten. Zum einen weil man von den Informationen der Vereine abhängig ist und sich dadurch ins eigene Fleisch schneiden würde, zum anderen stünde es ihnen gar nicht zu, so Wieser, einen Amateurfußballer, der vielleicht einen riesigen Berufsstress hat, trotzdem zweimal oder dreimal in der Woche trainiert, am Wochenende spielt und kein Geld dafür kriegt, in die Pfanne zu hauen. Dasselbe gelte für Schiedsrichter. Die Plattform solle nicht dazu dienen den Amateurfußball aufzuarbeiten wie den Profifußball. Man wol-

¹³⁶ Wieser (2012)

¹³⁷ Vgl. ebenda

¹³⁸ Vgl. ebenda

le nicht die schlechten Sachen oder Leistungen hervorheben, sondern hauptsächlich die positiven.¹³⁹ Viele der Reporter sind in journalistischer Hinsicht noch unerfahren:

„Natürlich können wir uns von der Qualität her nicht mit einem Medium vergleichen, das Millionen Gelder dahinter hat. Wir wissen auch, dass unsere journalistische Qualität nicht perfekt ist. Aber der große Vorteil ist, dass es uns zugestanden wird. Die Fußballer, über die wir berichten, sind ja Hobbyspieler und dementsprechend authentisch wirkt das auch, wenn wir jetzt nicht die höchst qualifizierten Journalisten haben.“¹⁴⁰

Wie auch zu Beginn des Kapitels 5.2.3 kurz ausgeführt wird, will „fanreport.com“ nicht bloß informieren und unterhalten, sondern setzt auch auf den Identifikationsfaktor – wie allein der Slogan „Wir berichten über dich!“ beweist. Die Hauptzielgruppe von „fanreport.com“, das auch einen eigenen Online-Shop („sportkabine.com“) betreibt, definiert Wieser als männlich zwischen 16 und 50 Jahren. Grundsätzlich will er aber jeden, der sich für den Amateurfußball interessiert, ansprechen.¹⁴¹ Das Angebot von „fanreport.com“ sei sehr regional aufbereitet, hin und wieder könne es aber schon vorkommen, dass Themen überregional veröffentlicht werden:

„Gewisse Themen haben so eine Brisanz, die können wir überall schalten. Wenn etwa irgendwo ein richtiger Skandal passiert, interessiert das teilweise auch in anderen Bundesländern – auch wenn es sich um Amateurfußball handelt. Aber grundsätzlich ist unsere Berichterstattung schon sehr regional, gibt es wenige Artikel, die wirklich in mehreren Bundesländern interessieren.“¹⁴²

Bis Juli 2014, also in fünf Jahren seit dem Start im Juli 2009, konnte „fanreport.com“ 525.000 Unique Clients, 1.750.000 Visits sowie 8.000.000 Page Impressions verzeichnen.¹⁴³ Andere Online-Portale, die sich mit Amateurfußball in Österreich beschäftigen, wie etwa „ligaportal.at“, sieht Wieser zwar als Konkurrenz, regionale Printzeitungen und Tageszeitungen mit einem umfangreichen Regionalteil hingegen überhaupt nicht. So hätte man die Regionalsportseiten-Erweiterung der „Krone“ überhaupt nicht gemerkt. Wenn etwa die „Krone“ mit regionalen Inhalten online gehen würde, wäre dies, so Wieser, jedoch anders. Im Zuge der Regionalsportseiten-Erweiterung der „Krone“ entstand kurzzeitig sogar eine lose Kooperation mit „fanreport.com“ – für Fotos gab es Honorare, für Informationen hin und wieder eine Erwähnung in der Printzeitung.¹⁴⁴

6.2.1 „fanreport.com“ im Burgenland

Der Amateurfußball des Burgenlands wurde im Sommer 2011 ins Angebot von „fanreport.com“ aufgenommen. Bis Juli 2014, also in drei Jahren seit dem Start, konnte die

¹³⁹ Vgl. Wieser (2012)

¹⁴⁰ Ebenda

¹⁴¹ Vgl. ebenda

¹⁴² Ebenda

¹⁴³ Vgl. fanreport.com: „Zugriffszahlen bis Juli 2014“

¹⁴⁴ Vgl. Wieser (2012)

Burgenland-Ausgabe von „fanreport.com“ 34.042 Unique Clients, 105.046 Visits sowie 542.754 Page Impressions verzeichnen.¹⁴⁵ Laut Gründer und Geschäftsführer Dietmar Wieser habe man im Burgenland zunächst Probleme mit der Qualität gehabt, denn obwohl das Burgenland als relativ fußballverrücktes Bundesland gelte, sei es schwierig gewesen, genügend Redakteure und auch Fotografen zu finden.¹⁴⁶

6.2.2 Zur Person: Dietmar Wieser, Gründer von „fanreport.com“

DI Mag. Dietmar Wieser aus Kilb im niederösterreichischen Bezirk Melk wurde 1982 geboren. Er absolvierte das Bachelorstudium Medieninformatik sowie die beiden Masterstudien Wirtschaftsingenieurwesen Informatik sowie Informatikmanagement in Wien. Direkt nach dem Studium gründete Wieser, der selbst begeisterter Amateurfußballer bei einem Verein in seiner Heimat ist, das Online-Portal „fanreport.com“ (damals noch „fanreport.at“), das ausschließlich über Amateurfußball berichtet. Anfang 2009 begann er mit den Planungen. Mittels Jahreskooperationen mit Firmen konnte er ein Budget zusammenstellen, sodass die Plattform am 30. Juli 2009 erstmals online ging. In den Anfängen, als die Berichterstattung bloß vier Ligen im Mostviertel sowie die Mostviertler Mannschaften aus der 1. Landesliga umfasste, arbeitete Wieser, der bis dahin keine journalistische Erfahrung hatte, selbst als Reporter. Mittlerweile wird er nur noch selten selbst redaktionell tätig und fungiert vorrangig als Geschäftsführer.¹⁴⁷

¹⁴⁵ Vgl. fanreport.com: „Zugriffszahlen bis Juli 2014“

¹⁴⁶ Vgl. Wieser (2012)

¹⁴⁷ Vgl. ebenda

7 Der „Uses and Gratifications Approach“

Als theoretischer Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit dient der „Uses and Gratifications Approach“, mit dem sich die Frage „Was machen die Medien mit den Menschen?“ zur Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“ umkehrte. So hielt Teichert, der an die grundlegenden Arbeiten von Katz/Foulkes (1962) sowie Katz/Blumler/Gurevitch (1974) anknüpfte, 1975 fest:

„Im ‚Uses and Gratifications Approach‘ wird das Publikum als ein aktives Element im Massenkommunikationsprozeß begriffen. Mediennutzung wird als ein selbstbewußtes, zielorientiertes Handeln der Medienbenutzer gesehen. Die Verhaltensweisen der Rezipienten werden somit nicht ausschließlich auf die Intentionen der Kommunikatoren hin bewertet und interpretiert, vielmehr geht es um die Feststellung davon unabhängiger Absichten und Ziele, die mit Hilfe des Medienangebotes befriedigt werden sollen [...]. Die Massenmedien stehen als Möglichkeit der Bedürfnisbefriedigung in unmittelbarer Konkurrenz zu anderen Gratifikationsinstanzen wie z.B. Primärgruppen.“¹⁴⁸

Die Medien werden also als „Gratifikationsinstanzen“, als Quellen der Befriedigung von Bedürfnissen gesehen. Burkart wiederum betont, dass diese Gratifikationen nicht nur subjektspezifischer Natur sind, sondern auch inhaltunabhängig gedacht werden:

„Konkret ist vorstellbar, daß sich verschiedene Menschen aus ganz unterschiedlichen Gründen ein und demselben Medium beziehungsweise Medieninhalt zuwenden und ganz unterschiedliche Gratifikationen durch diese Zuwendung erlangen. So könnten z. B. zwei Menschen aus ein und demselben Fernsehkrimi ganz verschiedene ‚Gratifikationen‘ beziehen: der eine hofft, Details einer Stadt wiederzusehen, in der er den letzten Urlaub verbracht hat, der andere schaut den Film nur deswegen an, um am darauffolgenden Tag in Gesprächen am Arbeitsplatz ‚mitreden‘ zu können.“¹⁴⁹

7.1 Kategorisierung der Bedürfnisse

Als für die vorliegende Arbeit passende Kategorisierung der Gratifikationen erscheint jene von McQuail/Blumler/Brown (1972), die von Schenk ins Deutsche übersetzt wurde und vier Kategorien unterscheidet – Gratifikationen in Hinblick auf *Ablenkung/Zeitvertreib*, *Persönliche Beziehungen*, *Persönliche Identität* sowie *Kontrolle der Umwelt*.¹⁵⁰

McQuail et al. entwickelten diese Kategorien durch eine Gruppendiskussion, in der regelmäßige Fernsehzuschauer Aussagen zu Motiven für die Verfolgung des Programmes

¹⁴⁸ Teichert (1975): S. 271

¹⁴⁹ Burkart (2002): S. 222

¹⁵⁰ Vgl. Schenk (2007): S.700ff

und zu Gratifikationen, die daraus erhalten worden waren, tätigten. Damit Kategorien erstellt konnten, wurden die Antworten danach einer Clusteranalyse unterzogen. Um die Kategorien anschaulicher zu machen, werden im Folgenden charakteristische Antworten wiedergegeben, wie sie bei Schenk zusammengefasst sind:¹⁵¹

1) *Ablenkung/Zeitvertreib:*

a) „Escape“ aus der alltäglichen Routine:

“It helps you escape from the boredom of life.“

“It takes you out of yourself.“

b) “Escape” aus der Last von Problemen:

“I completely forgot my worries.“

“It helps me to get away from my problems.“

“It’s like having a good gossip.“

c) emotionale Befreiung:

“Sometimes I think I wish that were me.“

“Sometimes it makes me want to cry.“

2) *Persönliche Beziehungen:*

a) Geselligkeit:

“The characters have become like close friends to me.“

“I like the sound of the character’s voices in my house.“

“Minnie (aus einer Serie) is just like Auntie; you feel you know them.“

b) soziale Nützlichkeit:

“I like working together with the family on the answer [Quiz].“

“It brings the family together sharing the same interest.“

“It is a topic of conversation afterwards.“

“I like to be the first with the news so that I can pass it on to other people.“

“Keeping up with the news gives you plenty to talk about.“

¹⁵¹ Vgl. Schenk (2007): S. 700ff

3) *Persönliche Identität:*

a) persönlicher Bezug:

„The programme reminds me that I could be worse off than I am.“

b) Realitätsexploration:

“The people in “The Dales” [Sendung] sometimes have problems that are like my own.”

“It sometimes helps me to understand my life.”

c) Werteverstärkung:

“It reminds me of the importance of family ties.”

“It puts over a picture of what family life should be like.”

4) *Kontrolle der Umwelt:*

“It tells me about the main events of the day.”

“Watching the news helps me to keep an eye on the mistakes people in authority make.”¹⁵²

7.2 Die spezielle Bedürfnisbefriedigung durch die regionale Sportberichterstattung

Nachdem die in der vorliegenden Arbeit verwendete Bedürfniskategorisierung, die von McQuail et al. stammt, im vorangegangenen Unterkapitel mittels Originalzitate bezüglich TV-Inhalten anschaulich gemacht wurde, wird die Typologie im Folgenden hinsichtlich der regionalen Sportberichterstattung in Tageszeitungen erläutert. In der vorliegenden Arbeit wird allerdings bei der Kategorie *Kontrolle der Umwelt*, die das *Informationsbedürfnis* impliziert, dies auch explizit gekennzeichnet und die Kategorie *Persönliche Identität* um den Begriff der *Identifikation* erweitert:

- *Information/Kontrolle der Umwelt:* Menschen nutzen Medien um sich zu informieren und damit ihre Umwelt zu kontrollieren und sich zu orientieren. Eine besondere Rolle spielt dabei vor allem die nähere Umgebung, die Nahwelt, wo die Wahrscheinlichkeit größer ist, dass Ereignisse für den jeweiligen Menschen direkte Auswirkungen haben. Dadurch könnte die regionale Sportberichterstattung, die eben mit Informationen aus dieser Nahwelt dient, indem sie etwa ein mit Span-

¹⁵² Vgl. Schenk (2007): S. 700ff

nung erwartetes Fußballspiel in der Nachbargemeinde ankündigt, dieses Bedürfnis der Menschen in besonderem Ausmaß befriedigen.¹⁵³

- *Persönliche Identität/Identifikation:* In dieser Kategorie geht es grundlegend darum, dass Menschen die Massenmedien benützen, um mehr über sich selbst zu erfahren. Als typische Nutzerqualitäten dieser „Selbstfindung“ via Massenkommunikation erscheinen die „Projektion“ von Wünschen, Träumen, Sehnsüchten, die „Legitimation“ der eigenen Lage und die „Identifikation“ mit Personen, Handlungen, Situationen oder Ideen. Vor allem der personalisierten Sportberichterstattung, in der die Protagonisten oft Schicksalsschläge wegzustecken haben und meist als „Helden“ gefeiert werden, wird ein hoher Identifikationsfaktor zugeschrieben. Dieser Identifikationsfaktor könnte in der regionalen Sportberichterstattung durch die Nähe der Rezipienten zu den Sportlern und der damit verbundenen „Ähnlichkeit“ sogar noch verstärkt eintreten. Zudem ist in der regionalen Berichterstattung auch die Chance auf die Präsenz der eigenen Person größer. Darüber hinaus trägt der regionale Sportjournalismus zur Identitätsstiftung bei, indem er regelmäßig über Sportvereine berichtet, die an sich schon Identifikationsfläche bieten. Außerdem werden die Sportler eines Vereins in der Berichterstattung nicht selten mit der Gemeinde im Allgemeinen, in der der jeweilige Verein beheimatet ist, gleichgesetzt („die Ritzinger“ etc.). Das fördert ein „Wir-Gefühl“, zu dem schließlich auch noch zusätzlich verwendete Begrifflichkeiten wie „die Einheimischen“ beitragen.¹⁵⁴
- *Persönliche Beziehungen:* Diese Kategorie umfasst zwei mediale Phänomene, die im Rahmen der Regionalberichterstattung Sonderformen annehmen. Zum einen die „Soziale Nützlichkeit“ hinsichtlich des Gesprächsstoffs, den Mediennutzung für die soziale Interaktion mit wirklichen Personen bringt (Anschlusskommunikation). Im Falle der Regionalberichterstattung sind die Personen, über die berichtet wird, oft persönlich bekannt und es kann mit ihnen auch direkt in Kontakt getreten werden. So wird etwa für eine Großmutter ein Artikel, in dem über ein Tor ihres Enkels berichtet wird, besondere Bedeutung haben. Zum zweiten bedeutet diese oftmalige persönliche Bekanntschaft in der Regionalberichterstattung auch eine Sonderform für das Phänomen der „parasozialen Interaktion“, das grundsätzlich den Umstand meint, dass Rezipienten – vor allem Personen, die im Alltag nur über spärlichen Sozialkontakt verfügen – quasisoziale Bezie-

¹⁵³ Vgl. Burkart (2002): S. 229 und Rohr (1980): S. 64; Näheres zur hohen Bedeutung von Informationen aus der Nahwelt in Kapitel 4.1

¹⁵⁴ Vgl. Burkart (2002): S. 229; Gleich (2000): S. 515 und Wippersberg/Dietrich (2007): S. 132f; Näheres zur Stiftung von Identität und Identifikation durch die regionale Sportberichterstattung in Kapitel 5.2.3

hungen zu Medienakteuren eingehen. Im Falle der Regionalberichterstattung können oft also auch Beziehungen zu bekannten Personen aufrechterhalten werden, wenn kein persönlicher Kontakt mehr besteht.¹⁵⁵

- *Ablenkung/Zeitvertreib*: Menschen nutzen die Medien schließlich auch um der alltäglichen Routine und Langeweile zu entkommen sowie vor persönlichen Problemen zu fliehen (Eskapismus). Auch hier könnte die regionale Sportberichterstattung eine besondere Rolle einnehmen. Nicht nur weil Unterhaltung als wesentliche Funktion von Sportberichterstattung gilt, sondern auch weil sowohl die Sport- als auch die Regionalberichterstattung von einer sogenannten Heile-Welt-Berichterstattung geprägt ist.¹⁵⁶

7.3 Kritik und Weiterentwicklung

Rund um den „Uses and Gratifications Approach“ ist in wissenschaftlichen Kreisen wiederholt Kritik aufgekommen. Ein zentraler Diskussionspunkt ist die Messung der Gratifikationen, die als das schwierigste Problem in der Gratifikationsforschung gilt. Die am häufigsten verwendete Strategie zur Messung der gesuchten Gratifikationen ist der Selbstbericht. Dabei werden die Rezipienten nach deren Motiven gefragt. Das setzt voraus, dass den Rezipienten deren Motive bewusst sind.¹⁵⁷ Dies wird teilweise jedoch bezweifelt, so meint etwa Zillmann, „dass das Motiverfragen oft nur widerspiegelt, was den Rezipienten früher einmal über die Motive beigebracht worden ist. Rezipienten wissen nicht notwendigerweise, was sie motiviert und warum ihnen etwas gefällt“.¹⁵⁸ Schenk wiederum entgegnet: „Man nimmt an, den Rezipienten sind ihre Motive bewusst, und sie können daher – wenn sie danach gefragt werden – zuverlässig und valide Auskunft geben.“¹⁵⁹ Schenk betont dabei die Vorteile geschlossener gegenüber offener Fragen:

„Bei Verwendung offener Fragen wird direkt nach den Gründen der Mediennutzung (z.B. „warum lesen Sie...?“) bzw. der Vermeidung der Mediennutzung (z.B. „warum lesen Sie nicht?“) gefragt. Da dabei häufig nur wenige Bedürfnisdimensionen (oft nur „Informationen“, „Kontrolle der Umwelt“) zum Vorschein kommen, verlässt man sich zunehmend auf geschlossene Fragen. Hier haben die Rezipienten die Aufgabe, ihre Gratifikationen auf umfangreichen Listen mit verschiedenen Bedürfnisitems ‚wieder zu erkennen‘ bzw. anzugeben, wie sehr die Gratifikationen auf der Liste die Gründe der eigenen Mediennutzung beschreiben.“¹⁶⁰

¹⁵⁵ Vgl. Burkart (2002): S. 228f und Wippersberg/Dietrich (2007): S. 132f; Näheres zum Phänomen der persönlichen Beziehungen in der regionalen Sportberichterstattung in Kapitel 5.2.3

¹⁵⁶ Vgl. Burkart (2002): S. 228; Gleich (2000): S. 512 und Jonscher (1991): S. 261; Näheres zu Regional-sportberichterstattung als „Heile-Welt“- und „Hofberichterstattung“ in Kapitel 5.2.1

¹⁵⁷ Vgl. Schenk (2007): S. 697

¹⁵⁸ Zillmann (1994): S. 42

¹⁵⁹ Schenk (2007): S. 697

¹⁶⁰ Ebenda: S. 697f

Auch die Gratifikationsmodelle wurden wiederholt kritisiert: „Vergleicht man die gesuchten und erhaltenen Gratifikationen, dann werden zwar die Ergebnisse, die sich aus einer bereits abgeschlossenen Mediennutzung ergeben haben, deutlich, aber es ist nicht sicher, dass sich diese Ergebnisse bei wiederholter oder künftiger Mediennutzung erneut einstellen werden.“¹⁶¹ Es kann auch sein, dass Rezipienten Gratifikationen aus der Mediennutzung erhalten, die sie gar nicht gesucht haben. Deshalb wurden neue Konzepte eingeführt, bei denen die Rezipienten nicht gefragt werden, welche Gratifikationen sie aktuell suchen oder in der Vergangenheit erhalten haben, sondern welche Gratifikationen sie aus einer zukünftigen Mediennutzung erwarten.¹⁶²

¹⁶¹ Schenk (2007): S. 694

¹⁶² Vgl. ebenda

8 Hypothesen und Operationalisierung

Forschungsfrage 1: Welchen Stellenwert hat der Sportteil der „Kronen Zeitung“ im Vergleich zu den restlichen Ressorts für junge und alte Leser?

Hypothese 1: Der Sportteil der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zu den restlichen Ressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den Ausführungen in Kapitel 6.1.1, wonach der Sportteil als ein wesentlicher Erfolgsfaktor der „Kronen Zeitung“ gilt.

Operationalisierung: Der Stellenwert des Sportteils wird an zwei Kategorien bemessen: an welcher Stelle der Sportteil bei der Rezeption der „Kronen Zeitung“ gelesen wird; und wie vollständig der Sportteil rezipiert wird. Beide Kategorien werden im Fragebogen vierstufig abgefragt: Wenn Sie die „Krone“ zur Hand nehmen, dann lesen Sie den Sportteil ... meistens als Erstes / ... in der Regel mittendrin / ... wenn überhaupt, dann als Letztes / ... niemals; Lesen Sie den Sportteil der „Krone“ ... meistens fast vollständig / ... zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig / ... nur wenige Artikel / ... ich blättere den Sportteil meistens nur durch. Ein hoher Stellenwert ist dann gegeben, wenn die Mehrheit der Befragten den Sportteil „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest und zudem auch die Mehrheit von jenen Befragten, die den Sportteil lesen, diesen „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ liest. In beiden Fällen müssen also die Anteile der beiden genannten Antwortmöglichkeiten addiert über 50 % ergeben, damit ein hoher Stellenwert gegeben ist.

Forschungsfrage 2: Welchen Stellenwert hat der regionale Teil des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts für junge und alte Leser?

Hypothese 2: Der regionale Teil des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den Ausführungen im Kapitel 5.1 dieser Arbeit, wonach der regionalen Sportberichterstattung ein hoher Stellenwert zugeschrieben wird.

Operationalisierung: Der Stellenwert des regionalen Teil des Sportressorts wird an zwei Kategorien bemessen: an welcher Stelle der regionale Teil bei der Rezeption des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ gelesen wird; und wie vollständig der regionale Teil des Sportressorts rezipiert wird. Beide Kategorien werden im Fragebogen vierstufig ab-

gefragt: Wenn Sie den Sportteil der „Krone“ lesen, dann lesen Sie die Burgenlandsport-Seiten (SV Mattersburg, Ostliga, Burgenlandliga, Basketball, Segeln etc.) ... meistens als Erstes / ... in der Regel mittendrin / ... wenn überhaupt, dann als Letztes / ... niemals; Lesen Sie die Burgenland-Sportseiten der „Krone“ ... meistens fast vollständig / ... zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig / ... nur wenige Artikel / ... ich blättere die Burgenlandsport-Seiten meistens nur durch. Ein hoher Stellenwert ist dann gegeben, wenn die Mehrheit der befragten Sportteil-Rezipienten die Burgenlandsport-Seiten „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest und zudem auch die Mehrheit von jenen Befragten, die den Burgenlandsportteil lesen, diesen „meistens als Erstes“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ liest. In beiden Fällen müssen also die Anteile der beiden genannten Antwortmöglichkeiten addiert über 50 % ergeben, damit ein hoher Stellenwert gegeben ist.

Da die regionale Sportberichterstattung besonders im Fokus dieser Masterarbeit steht, werden im Fragebogen als Ergänzung zwei weitere Fragen installiert, die Erkenntnisse rund um den Stellenwert des regionalen Teil des Sportteils der „Krone“ liefern: Wenn der Großteil, also mehr als 50 %, der Burgenlandsport-Leser die regionale Sportberichterstattung vermissen würde, falls diese eingestellt wird, spricht dies ebenfalls für einen hohen Stellenwert der Burgenlandsport-Berichterstattung; wenn der Großteil der Leser des regionalen Sportteils die Erweiterung der Burgenlandsport-Berichterstattung in der Montagausgabe auf acht Seiten wahrgenommen hat, spricht dies für ein hohes Bewusstsein der Leser gegenüber der regionalen Sportberichterstattung und in dieser Hinsicht also für einen noch höheren Stellenwert.

Forschungsfrage 3: Welche Bedürfnisse werden bei jungen und alten Lesern beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ befriedigt und in welchem Ausmaß geschieht dies?

Hypothese 3a: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt*.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den theoretischen Ausführungen zum „Uses and Gratifications Approach“ im Kapitel 7, wonach Menschen die Medien nutzen um sich zu informieren, um damit ihre Umwelt zu kontrollieren und sich zu orientieren.

Operationalisierung: Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt* wird im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn

ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert; Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann bin ich auf die wichtigsten bevorstehenden Ereignisse ausreichend vorbereitet. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) ist anzukreuzen, inwieweit die Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Hypothese 3b: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den theoretischen Ausführungen zum „Uses and Gratifications Approach“ im Kapitel 7, wonach Menschen die Medien wegen der Bedürfnisse nach Identität und Identifikation nützen.

Operationalisierung: Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* wird im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein; Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) ist anzukreuzen, inwieweit die Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Hypothese 3c: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den theoretischen Ausführungen zum „Uses and Gratifications Approach“ im Kapitel 7, wonach Menschen die Medien nützen, um persönliche Beziehungen zu pflegen und aufrecht zu erhalten.

Operationalisierung: Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen* wird im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne; Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann rede ich anschließend regelmäßig mit Familienmitgliedern, Freunden, Arbeitskollegen usw. über die Inhalte der Artikel. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) ist anzukreuzen, inwieweit die Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Hypothese 3d: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib*.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den theoretischen Ausführungen zum „Uses and Gratifications Approach“ im Kapitel 7, wonach Menschen die Medien nützen, um der alltäglichen Routine und Langeweile sowie persönlichen Problemen zu entkommen.

Operationalisierung: Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib* wird im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann fühle ich mich in der Regel unterhalten; Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann vergesse ich währenddessen meine Pflichten und Sorgen. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) ist anzukreuzen, inwieweit die Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Hypothese 3e: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert u.a. auf den Ausführungen im Kapitel 5.2.3, wonach Identitäts- und Identifikationsstiftung zentrale Merkmale der regionalen Sportberichterstattung sind.

Operationalisierung: Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* wird im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein; Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) ist anzukreuzen, inwieweit die Leser der jeweiligen Aussage zustimmen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* erfolgt dann am stärksten, wenn zumindest bei einer der beiden Aussagen der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* der durchschnittliche Zustimmungswert höher ist als bei den Aussagen der restlichen Kategorien (*Information/Kontrolle der Umwelt, Persönliche Beziehungen, Ablenkung/Zeitvertreib*).

Forschungsfrage 4: Welche Wünsche haben junge und alte Leser an die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“?

Hypothese 4a: Junge und alte Leser wünschen sich eine noch umfangreichere Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den in Kapitel 6.1.1 ausgeführten Aussagen des ehemaligen „Krone“-Sportchefs Christoph Wikus, wonach Sport die meistgenannte Antwort der Leser auf die Frage sei, wovon die Rezipienten in der „Krone“ gerne noch mehr lesen würden.

Operationalisierung: Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach einer umfangreicheren Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50 %, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Hypothese 4b: Junge und alte Leser wünschen sich mehr sportliche Vielfalt in der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den Ausführungen in den Kapiteln 5.2 und 6.1.3, wonach die Regionalsportberichterstattung im Allgemeinen sowie auch jene der „Krone“ im Speziellen von einer Dominanz des Fußballs geprägt ist.

Operationalisierung: Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Kommen gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der ‚Krone‘ vor?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach mehr sportlicher Vielfalt in der Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50 %, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Hypothese 4c: Junge und alte Leser wünschen sich eine kritischere Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den Ausführungen im Kapitel 5.2.1, wonach die Regionalsportberichterstattung von einem Mangel an Kritik geprägt ist.

Operationalisierung: Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine kritischere Haltung der ‚Krone‘ in ihrer Burgenlandsport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach einer kritischeren Regionalsportberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50 %, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Hypothese 4d: Junge und alte Leser wünschen sich, dass die Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ auch online verfügbar ist.

Herleitung der Hypothese: Die Hypothese basiert auf den in Kapitel 6.1.4 ausgeführten Aussagen des ehemaligen „Krone“-Sportchefs Christoph Wikus, wonach er es für notwendig hält, die regionalen Inhalte auch online anzubieten, um einem weiteren Abonnenten-Rückgang entgegenzuwirken.

Operationalisierung: Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch, dass die Regionalberichterstattung auch online verfügbar ist, besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50 %, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

9 Untersuchungsdesign

9.1 Methode: Quantitative Befragung

Als Methode wurde die quantitative Befragung gewählt. Es gibt drei wesentliche Punkte, in denen sich quantitative Studien von qualitativen unterscheiden: die wissenschaftstheoretische Grundposition, den Status von Hypothesen und Theorien sowie das Methodenverständnis.¹⁶³ So hält Atteslander in Bezug auf quantitative Studien fest:

„Soziale Realität wird als objektiv gegeben und mittels kontrollierter Methoden erfassbar angesehen. Empirische Forschung soll theoriegeleitet Daten über die soziale Realität sammeln, wobei diese Daten den Kriterien der Reliabilität, der Validität sowie der Repräsentativität und der intersubjektiven Überprüfbarkeit zu genügen haben und in erster Linie der Prüfung der vorangestellten Theorien und Hypothesen dienen.“¹⁶⁴

Auch wenn das Forschungsgebiet dieser Arbeit, die regionale (Sport-)Berichterstattung, nach wie vor von einer mangelnden wissenschaftlichen Auseinandersetzung geprägt ist, stehen inzwischen dennoch genügend Erkenntnisse – vor allem in Kombination mit jenen aus den Experteninterviews, die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt wurden – zur Verfügung, um daraus Hypothesen ableiten zu können. Deshalb wurde eine quantitative Vorgehensweise gewählt. Die Methode der Befragung wurde wiederum angewendet, da der Fokus des Forschungsinteresses auf den Rezipienten liegt.

Als Untersuchungsinstrument dient dabei ein standardisierter Fragebogen – das bedeutet, dass die Antworten in Kategorien zusammengefasst werden, um ihre Vergleichbarkeit herzustellen.¹⁶⁵ So werden zu einem großen Teil geschlossene Fragen gestellt. Dabei werden dem Befragten „alle möglichen oder zumindest alle relevanten Antworten – nach Kategorien geordnet – vorgelegt. Die Aufgabe besteht lediglich darin, dass er aus diesen Antwortmöglichkeiten ‚seine‘ Antwort auswählt.“¹⁶⁶

Wie bereits in Kapitel 7.3 ausgeführt wurde, ist es beim Erfragen von Motiven erfolgsbringender auf geschlossene Fragen zu setzen. Offene Fragen verlangen vom Befragten nämlich, sich an etwas zu erinnern, und bringen dadurch häufig nur wenige Bedürfnisdimensionen zum Vorschein. Bei geschlossenen Fragen gilt es jedoch vor allem bei Meinungsfragen, über die der Befragte vorher nie oder kaum nachgedacht hat und sich noch keine eigene Meinung gebildet hat, die Gefahr der Suggestivwirkung zu beachten.¹⁶⁷ Fragen sollten also so formuliert werden, dass sie keine bestimmte Beantwortung provo-

¹⁶³ Vgl. Atteslander (2003): S.83

¹⁶⁴ Ebenda

¹⁶⁵ Vgl. ebenda: S. 160

¹⁶⁶ Ebenda: S. 162

¹⁶⁷ Vgl. ebenda: S. 164

zieren („Suggestivfragen“). Weiters sollten sie u.a. kurz und konkret formuliert sein sowie einfache Wörter enthalten.¹⁶⁸

Bei geschlossenen Fragen werden in der Literatur mehrere Typen unterschieden. Zum *Identifikationstyp* zählen Fragen, die die Nennung einer Person, eines Ortes, einer Zeit, Nummer etc. verlangen, indem gefragt wird: wer, wo, wann, wieviele oder welche? Zum *Selektionstyp* zählen Fragen mit vorgegebenen Alternativen, wobei der Befragte eine von zwei (*Alternativ-Frage*) oder mehreren Antwortmöglichkeiten (*Mehrfachauswahl-Frage*) auszuwählen hat. Als besondere Form der Mehrfachauswahl-Frage gibt es weiters den Typus der *Skala-Frage*, mit dem Werte, Meinungen, Gefühle oder Handlungen bezüglich ihrer Intensität oder Häufigkeit gemessen werden. Zum *Ja-Nein-Typ* zählen schließlich Fragen, die mit Ja oder Nein (oder Weiß nicht) beantwortet werden können.¹⁶⁹

9.1.1 Der Fragebogen

Der im Rahmen der vorliegenden Arbeit erstellte Fragenbogen ist ein standardisierter. Mittels Fragen des Selektionstyps wird darin sowohl der Stellenwert der Sportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ im Allgemeinen sowie der regionalen (Burgenland-) Sportberichterstattung der „Krone“ im Speziellen bei den Lesern abgefragt. Mit Skala-Fragen – die Antwortmöglichkeiten reichen vierstufig von „trifft voll zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“ – wird eruiert, in welcher Intensität die Bedürfnisse der Leser durch das Rezipieren der Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ befriedigt werden. Mittels Ja-Nein-Fragen (plus der Antwortkategorie „Weiß nicht“, um auch den Personen, die es tatsächlich nicht wissen, eine Antwortmöglichkeit zu bieten) und einer Frage des Identifikationstyps werden die Wünsche der Leser an die regionale Sportberichterstattung der „Krone“ abgefragt. Die allgemeinen Lesegewohnheiten rund um das Rezipieren der „Kronen Zeitung“ und die demografischen Daten der Leser werden ebenfalls mittels Fragen des Selektionstyps, des Identifikationstyps, mit Ja-Nein-Fragen sowie mit Skala-Fragen ermittelt. Wenn die Probanden den allgemeinen Sportteil der „Krone“ oder die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen, ist der Fragebogen für sie nach der dritten bzw. fünften Frage beendet.

Auf den nachfolgenden drei Seiten findet sich ein Exemplar des Fragebogens, wie er den Probanden vorgelegt wurde.

¹⁶⁸ Vgl. Atteslander (2003): S. 173f

¹⁶⁹ Vgl. ebenda: S. 162ff



**Fragebogen zur Magisterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikations-
wissenschaft**

1. Haben Sie die „Kronen Zeitung“ in Ihrem Haushalt abonniert?

- Ja, ein tägliches Abo Ja, aber nur ein Wochenend-Abo
 Nein Weiß nicht

2. Wie häufig lesen Sie die „Krone“?

- meistens täglich vier- bis sechsmal pro Woche
 ein- bis dreimal pro Woche noch seltener

3. Wenn Sie die „Krone“ zur Hand nehmen, dann lesen Sie den Sportteil ...?

- meistens als Erstes in der Regel mittendrin
 wenn überhaupt, dann als Letztes niemals

Wenn Sie den Sportteil der „Krone“ niemals lesen, ist der Fragebogen für Sie an dieser Stelle beendet. Ansonsten fahren Sie bitte fort.

4. Lesen Sie den Sportteil der „Krone“ ...?

- meistens fast vollständig zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig
 nur wenige Artikel ich blättere den Sportteil meistens nur durch

5. Wenn Sie den Sportteil der „Krone“ lesen, dann lesen Sie die Burgenlandsport-Seiten (SV Mattersburg, Ostliga, Burgenlandliga, Basketball, Segeln etc.) ...?

- meistens als Erstes in der Regel mittendrin
 wenn überhaupt, dann als Letztes niemals

Wenn Sie die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ niemals lesen, ist der Fragebogen für Sie an dieser Stelle beendet. Ansonsten fahren Sie bitte fort.

6. Lesen Sie die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ ...?

- meistens fast vollständig zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig
 nur wenige Artikel ich blättere die Burgenland-Seiten meistens nur durch

7. Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der „Krone“ lese, ...

Bitte ankreuzen inwieweit folgende Aussagen auf Sie zutreffen

- ... dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann bin ich auf die wichtigsten bevorstehenden Ereignisse ausreichend vorbereitet.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann rede ich anschließend regelmäßig mit Familienmitgliedern, Freunden, Arbeitskollegen usw. über die Inhalte der Artikel.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann fühle ich mich in der Regel unterhalten.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu
- ... dann vergesse ich währenddessen meine Pflichten und Sorgen.
trifft voll zu trifft überhaupt nicht zu

8. Würden Sie die Burgenlandsport-Berichterstattung vermissen, falls diese von der „Krone“ eingestellt wird?

- Ja Nein Weiß nicht

9. Haben Sie letztes Jahr die Erweiterung der Burgenlandsport-Berichterstattung in der Montagsausgabe der „Krone“ auf acht Seiten wahrgenommen?

- Ja Nein Weiß nicht

10. **Wünschen Sie sich eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung?**

- Ja Nein Weiß nicht

11. **Kommen gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ vor?**

- Ja Nein Weiß nicht

Falls ja, welche?

.....

12. **Wünschen Sie sich eine kritischere Haltung der „Krone“ in ihrer Burgenlandsport-Berichterstattung?**

- Ja Nein Weiß nicht

13. **Wünschen Sie sich, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist?**

- Ja Nein Weiß nicht

14. **Haben Sie schon von www.fanreport.com gehört?**

- Ja Nein Weiß nicht

15. **Falls ja, wie häufig nutzen Sie www.fanreport.com?**

- meistens täglich vier- bis sechsmal pro Woche
 ein- bis dreimal pro Woche noch seltener

Alter: Jahre

Wohnort:

.....

Höchste Schulausbildung/Akademischer Grad:

.....

Beruf:

Pendeln Sie? Ja Nein

Falls ja, wohin pendeln Sie und wie oft wöchentlich?

.....

Geschlecht: männlich weiblich

Ihre Begeisterung für aktiven Sport:

gar nicht höchst begeistert

Ihre Begeisterung für Sport in Zeitungen:

gar nicht höchst begeistert

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung ☺

9.2 Stichprobe

Wie schon an mehreren Stellen dieser Arbeit betont, werden Aspekte rund um die regionale Sportberichterstattung am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Bundesland Burgenland untersucht. Darüber hinaus liegt ein Fokus der Arbeit auf dem Vergleich zwischen Jung und Alt. Deshalb gibt es zwei Untersuchungsgruppen. Die junge Vergleichsgruppe umfasst Burgenländerinnen und Burgenländer zwischen 19 und 29 Jahren, da der Großteil von ihnen die Schule bereits abgeschlossen hat und tendenziell schon einen selbstständigen Lebensstil verfolgt. Die alte Vergleichsgruppe umfasst Burgenländerinnen und Burgenländer zwischen 49 und 59 Jahren, da der Großteil von ihnen noch vor der Pensionierung steht und damit auch der Mobilitätsfaktor (Pendeln zum Arbeitsplatz) berücksichtigt wird. Die Grundgesamtheit an Menschen der jungen Untersuchungsgruppe beträgt am 1.1.2013 laut „Statistik Austria“ 33.849, jene der alten Untersuchungsgruppe 49.856.¹⁷⁰ Die Stichprobengröße ist durch folgende Formel zu berechnen:

$$n = N / (1 + N \times e^2)$$

n...Stichprobengröße

N...Grundgesamtheit

e...zugelassener Fehler (Bei 90%er Genauigkeit ist der Fehler 10% = 0,1)

/...dividieren

x...multiplizieren

²...quadrieren

Bei einer Genauigkeit von 90% beträgt die Stichprobengröße also sowohl in der jungen als auch in der alten Untersuchungsgruppe 100 (der exakte Wert beträgt in der jungen Gruppe 99,7; in der alten 99,8). Der im vorangegangenen Unterkapitel dargelegte Fragebogen wurde also sowohl an 100 junge (19 bis 29 Jahre) als auch an 100 alte Menschen aus dem Burgenland (49 bis 59 Jahre) ausgeteilt. Die einzelnen Probanden wurden in Einkaufszentren, Freibädern, Badeseen etc. willkürlich angesprochen, also dem Zufall nach ausgewählt. Orte, an denen speziell Leute mit überdurchschnittlicher Sportbegeisterung zu vermuten sind (Fußballplätze etc.), wurden bewusst gemieden. Die Daten wurden schließlich mittels der Statistiksoftware „SPSS“ ausgewertet.

Die Nutzungsgewohnheiten hinsichtlich der „Kronen Zeitung“ sowie weitere Informationen zu den Probanden sind im folgenden Kapitel, in dem die beiden Untersuchungsgruppen näher beschrieben werden, zusammengefasst.

¹⁷⁰ Statistik Austria: „Bevölkerung am 1.1.2013 nach Alter und Bundesland“

9.3 Beschreibung der Untersuchungsgruppen

9.3.1 Die junge Vergleichsgruppe (19 bis 29 Jahre)

Das Durchschnittsalter der jungen Vergleichsgruppe beträgt 22,96 Jahre. Zunächst zu den Nutzungsgewohnheiten hinsichtlich der „Kronen Zeitung“: 24 der insgesamt 100 jungen Probanden gaben an, die „Krone“ meistens täglich zu lesen, sechs Personen lesen sie vier- bis sechsmal die Woche, 35 ein- bis dreimal die Woche sowie 34 noch seltener (einer machte keine Angabe). Wobei 34 der jungen Probanden ein tägliches „Krone“-Abo in ihrem Haushalt haben sowie fünf ein Wochenend-Abo. 60 der jungen Probanden haben hingegen kein „Krone“-Abo (einer machte keine Angabe).

Da die steigende Mobilität in der Gesellschaft immer wieder – wie in der vorliegenden Arbeit auch mehrfach betont wird – mit Auswirkungen auf die Rezeption regionaler Berichterstattung in Zusammenhang gebracht wird, wurde auch abgefragt, ob die Probanden pendeln: 51 Personen der jungen Vergleichsgruppe verlassen das Burgenland um an ihren Arbeits- oder Studienplatz zu gelangen, 13 pendeln innerhalb des Bundeslands und 29 pendeln nicht (sieben machten hier keine Angabe).

Wie in Kapitel 9.2 ausgeführt, wurden beim Verteilen der Fragebögen Orte vermieden, an denen Menschen mit überdurchschnittlicher Sportbegeisterung zu vermuten wären – als Kontrolle wurden die aktive sowie die mediale Sportbegeisterung der Leute auch noch abgefragt: Auf einer vierstufigen Skala von 1 (gar nicht) bis 4 (höchst begeistert) liegt die aktive Sportbegeisterung bei den Jungen bei 3,00, die mediale bei 2,61.

9.3.2 Die alte Vergleichsgruppe (49 bis 59 Jahre)

Das Durchschnittsalter der alten Vergleichsgruppe beträgt 53,78 Jahre. Doppelt so viele alte als junge Probanden – nämlich 48 – gaben an, die „Krone“ meistens täglich zu lesen. Zwei der insgesamt 100 alten Probanden lesen sie vier- bis sechsmal die Woche, 17 ein- bis dreimal die Woche und 33 noch seltener. Wobei 45 der alten Probanden ein tägliches „Krone“-Abo in ihrem Haushalt haben und vier ein Wochenend-Abo. 51 der alten Probanden haben hingegen kein „Krone“-Abo.

In der alten Vergleichsgruppe gibt es erwartungsgemäß weniger Pendler als in der jungen: 16 Alte verlassen das Burgenland, um an ihren Arbeitsplatz zu gelangen, 24 pendeln innerhalb des Bundeslands und 51 pendeln nicht (neun machten keine Angabe).

Die Sportbegeisterung der alten Probanden verhält sich zu jener der jungen ähnlich: Auf einer vierstufigen Skala von 1 (gar nicht) bis 4 (höchst begeistert) liegt die aktive Sportbegeisterung in der alten Vergleichsgruppe bei 2,88, die mediale bei 2,80.

10 Ergebnisse

10.1 Hypothese 1: Der Sportteil der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zu den restlichen Ressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.1.1 Junge Vergleichsgruppe

Voraussetzung für einen hohen Stellenwert ist zum einen, dass die Mehrheit der Befragten den Sportteil „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest. Von den 100 Personen der jungen Vergleichsgruppe lesen 41% den Sportteil der Krone meistens als Erstes, 12% lesen diesen in der Regel mittendrin. Deshalb ist mit insgesamt 53% die erste Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des Sportteils im Vergleich zu den restlichen Ressorts erfüllt.

22% lesen den Sportteil „wenn überhaupt, dann als Letztes“ und 25% lesen diesen niemals, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

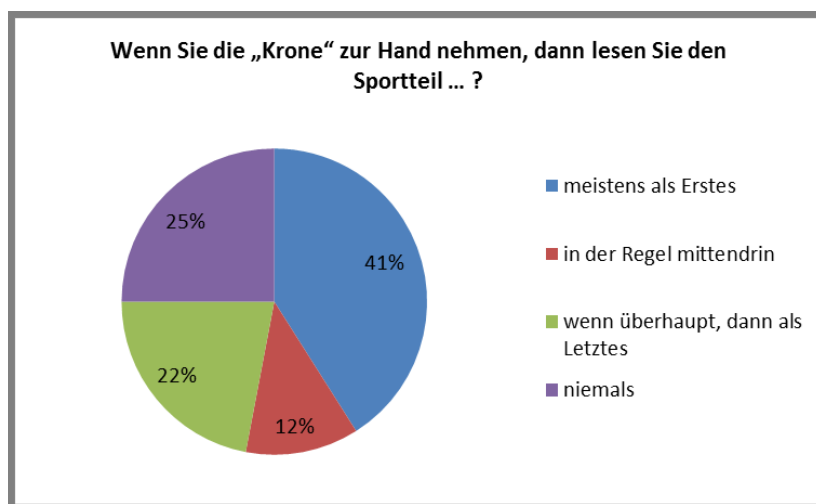


Diagramm 1: Jung – Stellenwert des Sportteils allgemein

Zum anderen muss auch die Mehrheit von jenen Befragten, die den Sportteil rezipieren, diesen „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ lesen. 19% der befragten jungen Rezipienten des Sportteils lesen diesen „meistens fast vollständig“, 39% lesen „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“. Deshalb ist in der jungen Vergleichsgruppe mit insgesamt 58% also auch die zweite Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des Sportteils im Vergleich zu den restlichen Ressorts erfüllt.

21% der befragten jungen Sportteil-Rezipienten lesen „nur wenige Artikel“, weitere 21% „blättern den Sportteil nur durch“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

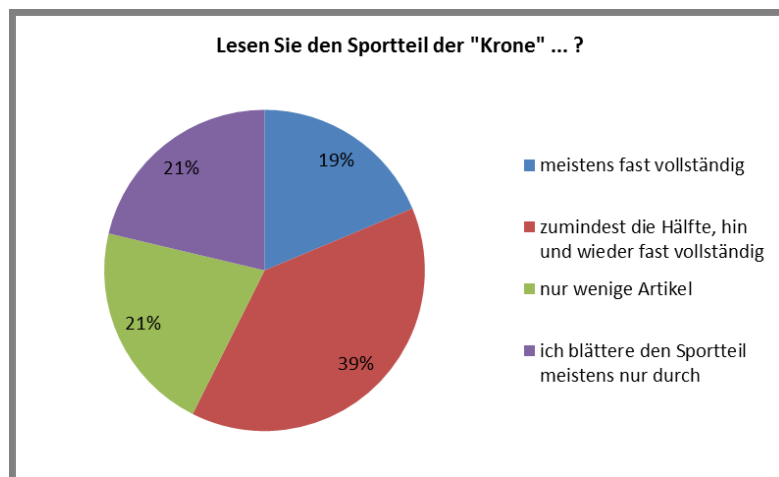


Diagramm 2: Jung – Stellenwert des Sportteils allgemein

10.1.2 Alte Vergleichsgruppe

Voraussetzung für einen hohen Stellenwert ist zum einen, dass die Mehrheit der Befragten den Sportteil „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest. Von den 100 Personen der alten Vergleichsgruppe lesen 38% den Sportteil der Krone meistens als Erstes, 26% lesen diesen in der Regel mittendrin. Deshalb ist mit insgesamt 64% die erste Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des Sportteils im Vergleich zu den restlichen Ressorts erfüllt.

15% der Befragten lesen den Sportteil „wenn überhaupt, dann als Letztes“ und 21% lesen diesen niemals, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

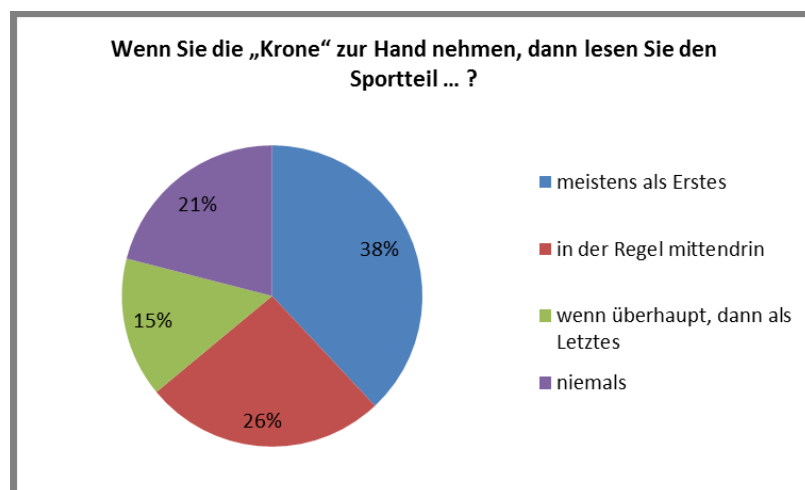


Diagramm 3: Alt – Stellenwert des Sportteils allgemein

Zum anderen muss auch die Mehrheit von jenen Befragten, die den Sportteil rezipieren, diesen „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ lesen. 28% der befragten alten Rezipienten des Sportteils lesen diesen „meistens fast vollständig“, 26% lesen „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“. Deshalb ist in der alten Vergleichsgruppe mit insgesamt 54% also auch die zweite Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des Sportteils im Vergleich zu den restlichen Ressorts erfüllt.

23% der befragten alten Sportteil-Rezipienten lesen „nur wenige Artikel“, weitere 23% „blättern den Sportteil nur durch“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

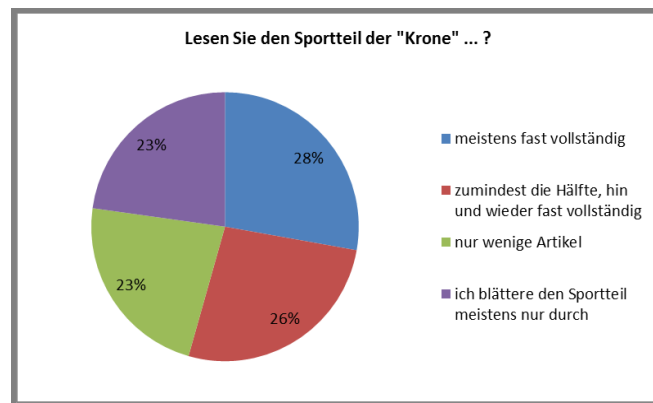


Diagramm 4: Alt – Stellenwert des Sportteils allgemein

10.1.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, ist sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe ein hoher Stellenwert des Sportteils im Vergleich zu den restlichen Ressorts gegeben. Unterschiede zeigen sich im Detail: Während der Anteil jener, die den Sportteil „meistens“ als Erstes lesen, in beiden Untersuchungsgruppen zu je 100 Personen ähnlich hoch ist (41 bzw. 38), geben deutlich mehr alte (26) als junge Befragte (12) an, den Sportteil „in der Regel mittendrin“ zu lesen, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

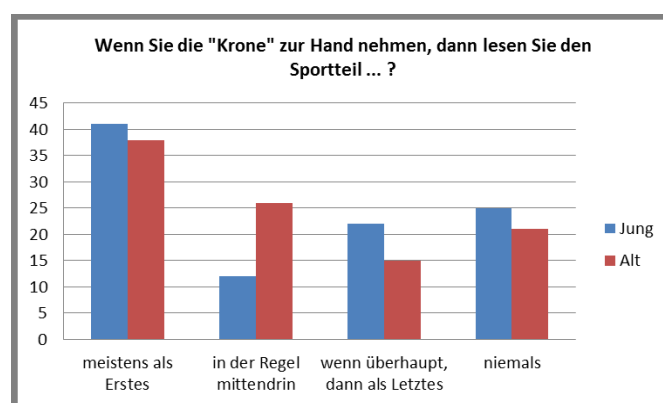


Diagramm 5: Vergleich – Stellenwert des Sportteils allgemein

Während die jungen befragten Rezipienten dazu tendieren, vom Sportteil „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ zu lesen (29), sind in der alten Vergleichsgruppe die Anteile jener, die den Sportteil „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ lesen ähnlich hoch (22 bzw. 21), wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist, in dem auch jene Befragten berücksichtigt sind, die den Sportteil niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

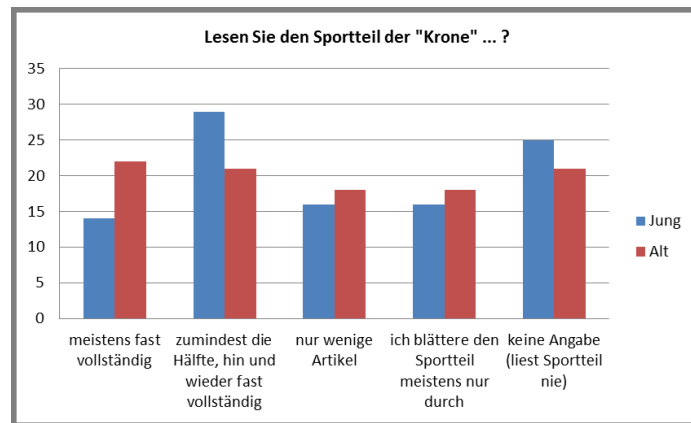


Diagramm 6: Vergleich – Stellenwert des Sportteils allgemein

Alles in allem lässt sich festhalten, dass der Stellenwert des Sportteils gegenüber den restlichen Ressorts der „Krone“ in der jungen und alten Vergleichsgruppe ähnlich hoch ist.

10.2 Hypothese 2: Der regionale Teil des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ hat im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts einen hohen Stellenwert für junge und alte Leser

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.2.1 Junge Vergleichsgruppe

Voraussetzung für einen hohen Stellenwert ist zum einen, dass die Mehrheit der befragten Sportteil-Rezipienten die Burgenlandsport-Seiten „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest. Von den befragten jungen Sportteil-Rezipienten lesen 36% den regionalen Sportteil der Krone meistens als Erstes, 45% lesen diesen in der Regel mittendrin. Deshalb ist in der jungen Vergleichsgruppe mit insgesamt 81% die erste Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des regionalen Sportteils im Vergleich zum restlichen Sportressort also eindeutig erfüllt.

16% der befragten jungen Sportteil-Rezipienten lesen die Burgenlandsport-Seiten „wenn überhaupt, dann als Letztes“ und 3% lesen diese niemals, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

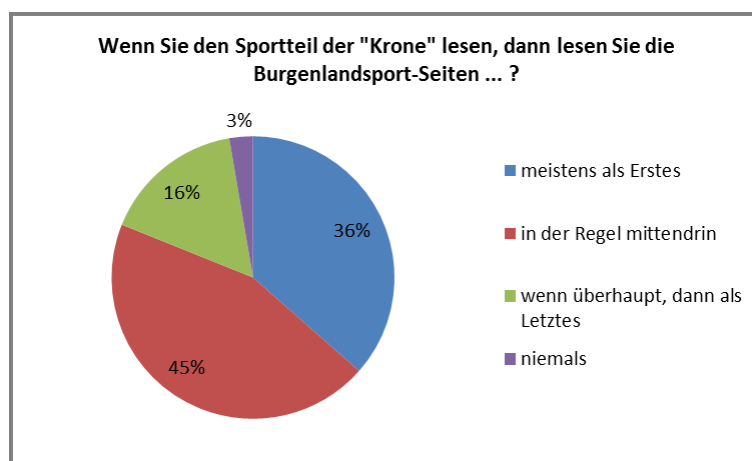


Diagramm 7: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Zum anderen muss auch die Mehrheit von jenen Befragten, die die Burgenlandsport-Seiten rezipieren, diese „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ lesen. 21% der befragten jungen Rezipienten des regionalen Sportteils lesen diesen „meistens fast vollständig“, 49% lesen „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“. Deshalb ist in der jungen Vergleichsgruppe mit insgesamt 70% also auch die zweite Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des regionalen Sportteils im Vergleich zum restlichen Sportressort eindeutig erfüllt.

22% der befragten jungen Rezipienten des Burgenlandsportheils lesen davon „nur wenige Artikel“, 8% „blättern die Burgenland-Seiten meistens nur durch“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

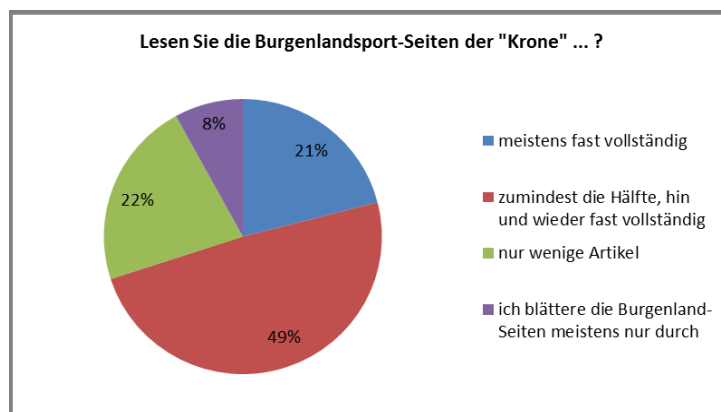


Diagramm 8: Jung – Stellenwert der Burgenlandsportheil-Seiten

Da die regionale Sportberichterstattung besonders im Fokus dieser Magisterarbeit steht, wurden im Fragebogen als Ergänzung zwei weitere Fragen installiert, die Erkenntnisse rund um den Stellenwert der regionalen Berichterstattung des Sportteils der „Krone“ liefern: Mit 64% würde die Mehrheit der jungen Burgenlandsportheil-Leser die regionale Sportberichterstattung vermissen, falls diese eingestellt wird, was ebenfalls für einen hohen Stellenwert der Burgenlandsportheil-Berichterstattung spricht. 15% der jungen Burgenlandsportheil-Leser würden die regionale Sportberichterstattung nicht vermissen, 21% kreuzten „Weiß nicht“ an, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

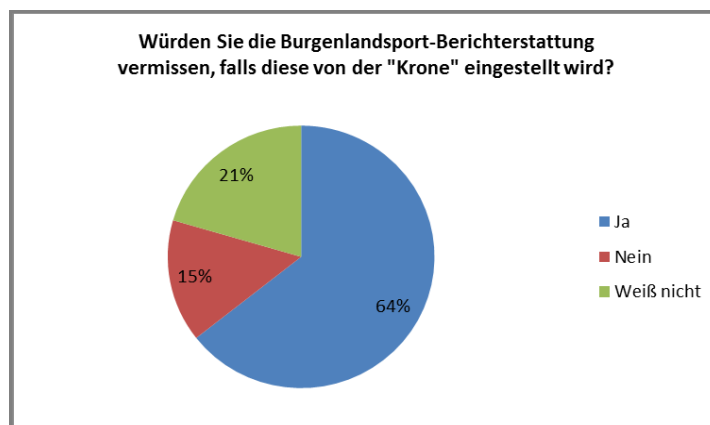


Diagramm 9: Jung – Stellenwert der Burgenlandsportheil-Seiten

Weiters wurde als Ergänzung abgefragt, ob die Regionalsport-Leser die Erweiterung der Burgenlandsportheilberichterstattung in der Montagsausgabe der „Krone“ auf acht Seiten wahrgenommen haben: Dass in der jungen Vergleichsgruppe mit 56% die Mehrheit der Leser der regionalen Sportberichterstattung die Erweiterung nicht wahrgenommen hat,

spricht für ein geringes Bewusstsein der Leser gegenüber der regionalen Sportberichterstattung und in dieser Hinsicht wohl für einen weniger hohen Stellenwert.

19% der jungen Burgenlandsport-Leser haben die Erweiterung der regionalen Sportberichterstattung wahrgenommen, 25% kreuzten „Weiß nicht“ an, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

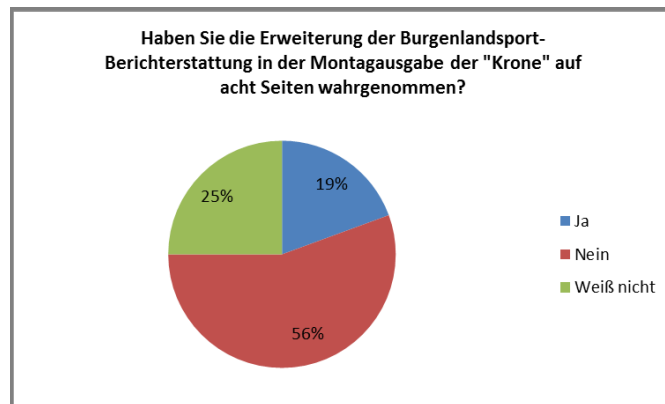


Diagramm 10: Jung – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

10.2.2 Alte Vergleichsgruppe

Voraussetzung für einen hohen Stellenwert ist zum einen, dass die Mehrheit der befragten Sportteil-Rezipienten die Burgenlandsport-Seiten „meistens als Erstes“ bzw. „in der Regel mittendrin“ liest. Von den befragten alten Sportteil-Rezipienten lesen 52% den regionalen Sportteil der Krone meistens als Erstes, 35% lesen diesen in der Regel mittendrin. Deshalb ist mit insgesamt 87% die erste Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des regionalen Sportteils im Vergleich zum restlichen Sportressort in der alten Vergleichsgruppe also eindeutig erfüllt.

9% der befragten alten Sportteil-Rezipienten lesen die Burgenlandsport-Seiten „wenn überhaupt, dann als Letztes“ und 4% lesen diese niemals, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

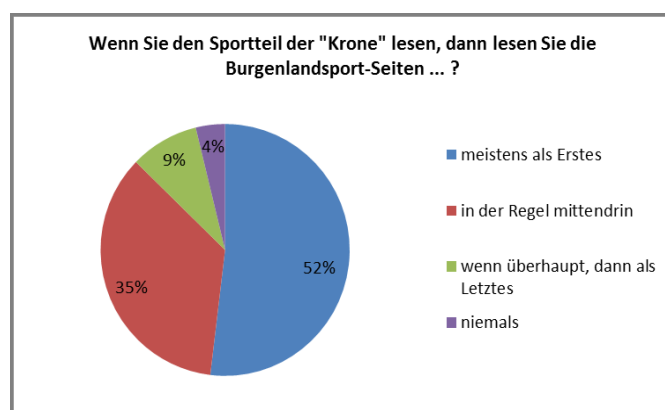


Diagramm 11: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Zum anderen muss auch die Mehrheit von jenen Befragten, die die Burgenlandsport-Seiten rezipieren, diese „meistens fast vollständig“ bzw. „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“ lesen. 37% der befragten alten Rezipienten des regionalen Sportteils lesen diesen „meistens fast vollständig“, 39% lesen „zumindest die Hälfte, hin und wieder fast vollständig“. Deshalb ist in der alten Vergleichsgruppe mit insgesamt 76% also auch die zweite Voraussetzung für einen hohen Stellenwert des regionalen Sportteils im Vergleich zum restlichen Sportressort eindeutig erfüllt.

9% der befragten alten Rezipienten des Burgenlandsportteils lesen davon „nur wenige Artikel“, 15% „blättern die Burgenland-Seiten meistens nur durch“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

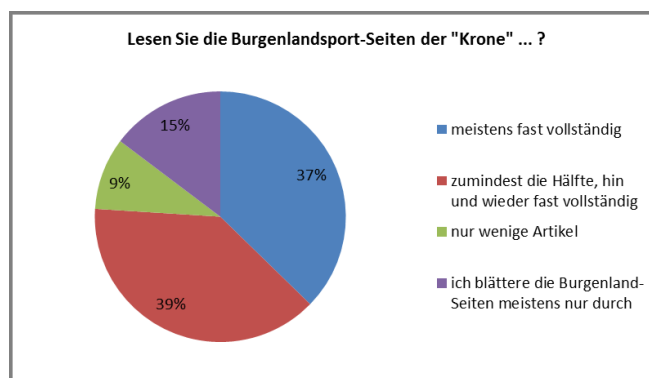


Diagramm 12: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Da die regionale Sportberichterstattung besonders im Fokus dieser Magisterarbeit steht, wurden im Fragebogen als Ergänzung zwei weitere Fragen installiert, die Erkenntnisse rund um den Stellenwert der regionalen Berichterstattung des Sportteils der „Krone“ liefern: Mit 79% würde die Mehrheit der alten Burgenlandsport-Leser die regionale Sportberichterstattung vermissen, falls diese eingestellt wird, was ebenfalls für einen hohen Stellenwert der Burgenlandsport-Berichterstattung spricht.

8% der alten Burgenlandsport-Leser würden die regionale Sportberichterstattung nicht vermissen, 13% kreuzten „Weiß nicht“ an, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

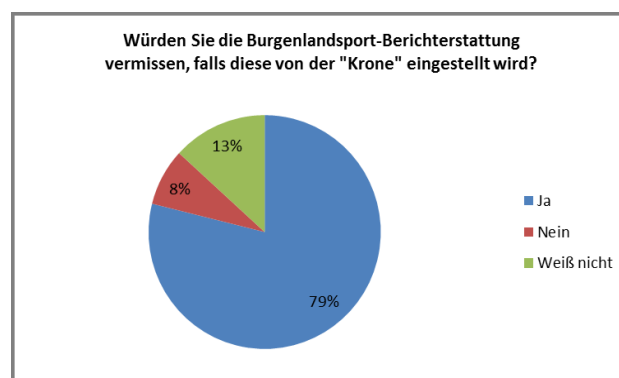


Diagramm 13: Alt – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Weiters wurde als Ergänzung abgefragt, ob die Regionalsport-Leser die Erweiterung der Burgenlandsporberichterstattung in der Montagausgabe der „Krone“ auf acht Seiten wahrgenommen haben. Dass in der alten Vergleichsgruppe mit 49% beinahe die Hälfte der Leser der regionalen Sportberichterstattung die Erweiterung wahrgenommen hat, spricht für ein hohes Bewusstsein der Leser gegenüber der regionalen Sportberichterstattung und in dieser Hinsicht also für einen noch höheren Stellenwert.

34% der alten Burgenlandspor-Leser haben die Erweiterung der regionalen Sportberichterstattung nicht wahrgenommen, 17% kreuzten „Weiß nicht“ an, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

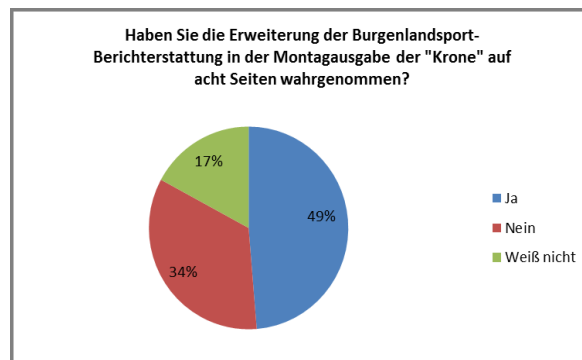


Diagramm 14: Alt – Stellenwert der Burgenlandspor-Seiten

10.2.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, ist sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe ein hoher Stellenwert des regionalen Teils des Sportressorts der „Kronen Zeitung“ im Vergleich zum restlichen Teil des Sportressorts gegeben. Zwischen den beiden Untersuchungsgruppen zu je 100 Personen zeigen sich dennoch deutliche Unterschiede. So lesen deutlich mehr alte Rezipienten als junge die Burgenlandspor-Seiten der „Krone“ „meistens als Erstes“ (41 bzw. 27), wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist, in dem auch jene Befragten berücksichtigt sind, die den Sportteil allgemein nie lesen und daher hier keine Angabe machten:

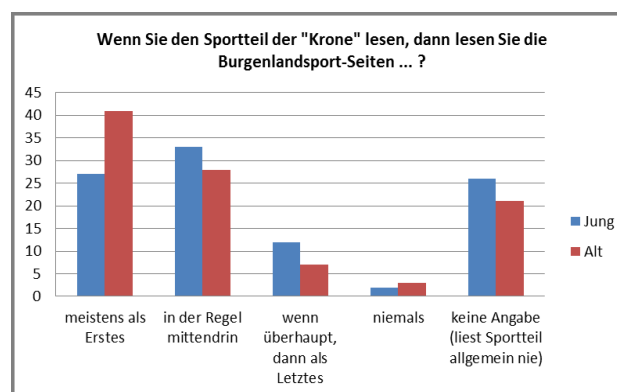


Diagramm 15: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandspor-Seiten

Die Burgenlandsport-Seiten werden auch von deutlich mehr alten Rezipienten als jungen „meistens fast vollständig gelesen“ (28 bzw. 15), wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist, in dem auch jene Befragten berücksichtigt sind, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

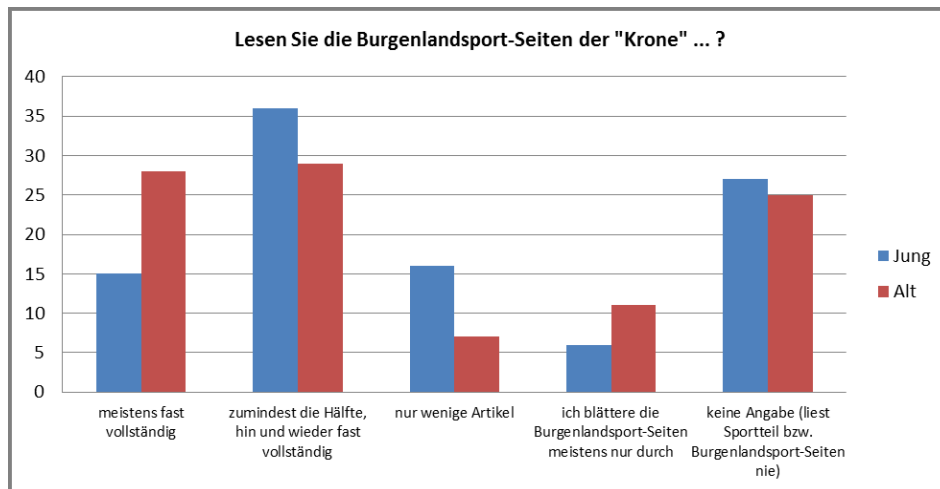


Diagramm 16: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Weiters würden auch mehr alte als junge Rezipienten die Burgenlandberichterstattung vermissen, falls diese von der „Krone“ eingestellt wird (60 bzw. 47), wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist, in dem auch jene Befragten berücksichtigt sind, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten nie lesen und daher hier keine Angabe machten:

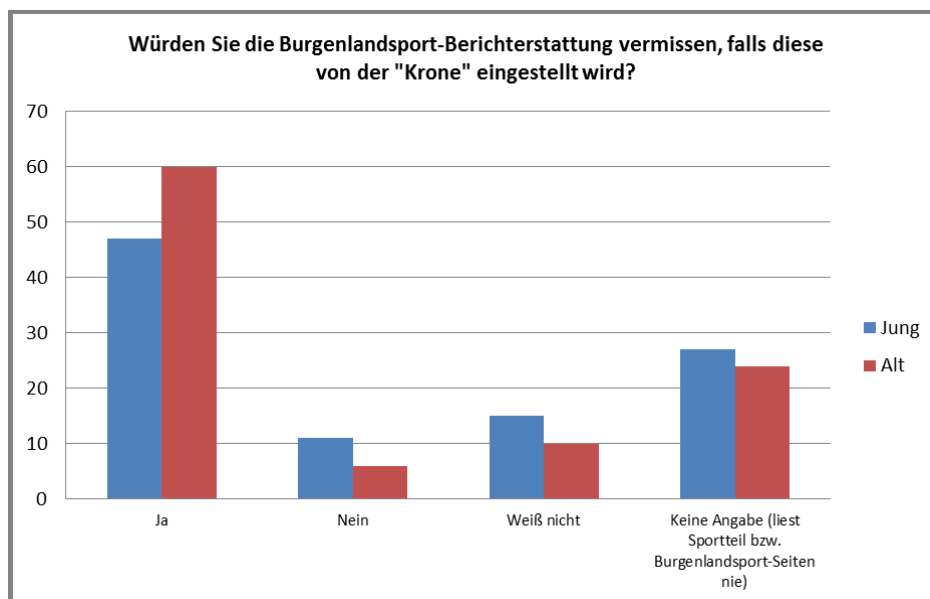


Diagramm 17: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Sehr interessant ist auch, dass deutlich mehr alte als junge Rezipienten die Erweiterung der Burgenlandsport-Berichterstattung in der Montagausgabe der „Krone“ auf acht Seiten wahrgenommen haben (37 bzw. 14), also ein größeres Bewusstsein gegenüber der regionalen Sportberichterstattung haben, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist, in dem auch jene Befragten berücksichtigt sind, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

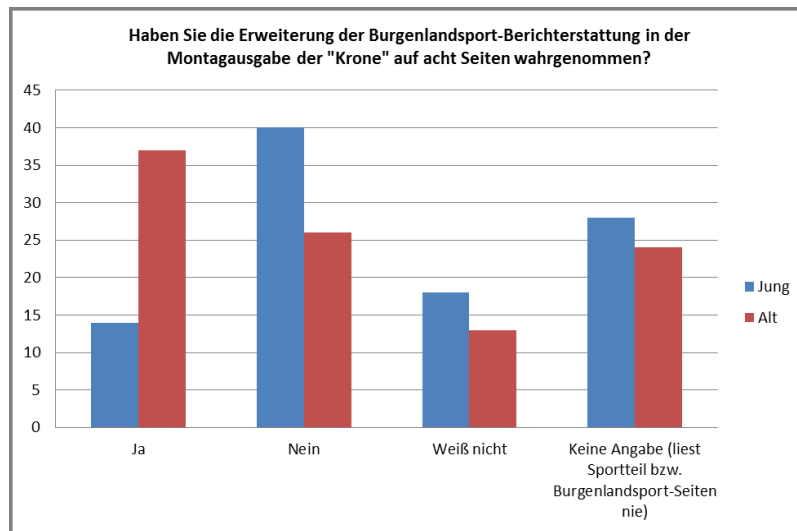


Diagramm 18: Vergleich – Stellenwert der Burgenlandsport-Seiten

Alles in allem lässt sich also festhalten, dass der Stellenwert der regionalen Sportseiten im Vergleich zum restlichen Sportteil der „Krone“ in der alten Vergleichsgruppe noch höher ist als in der jungen. Das Bewusstsein der Leser gegenüber der regionalen Sportberichterstattung, das wohl ebenfalls für einen hohen Stellenwert spricht, ist in der alten Vergleichsgruppe zudem sogar deutlich größer als in der jungen.

10.3 Hypothese 3a: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt*

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.3.1 Junge Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert“ mit einem durchschnittlichen Wert von 2,9 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den jungen Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

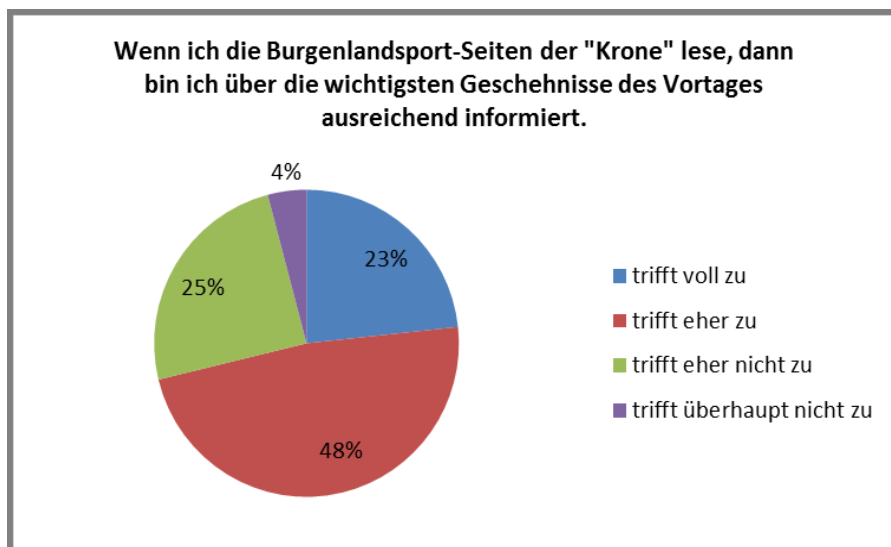


Diagramm 19: Jung – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“

Auch der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert“ stimmten die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung tendenziell eher zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 2,74 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist wiederum die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

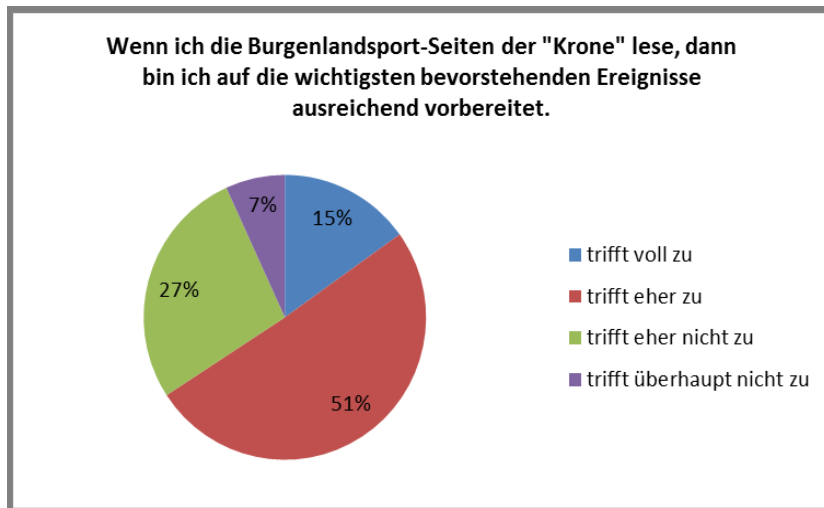


Diagramm 20: Jung – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“

10.3.2 Alte Vergleichsgruppe

Auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert“ mit einem durchschnittlichen Wert von 3,14 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

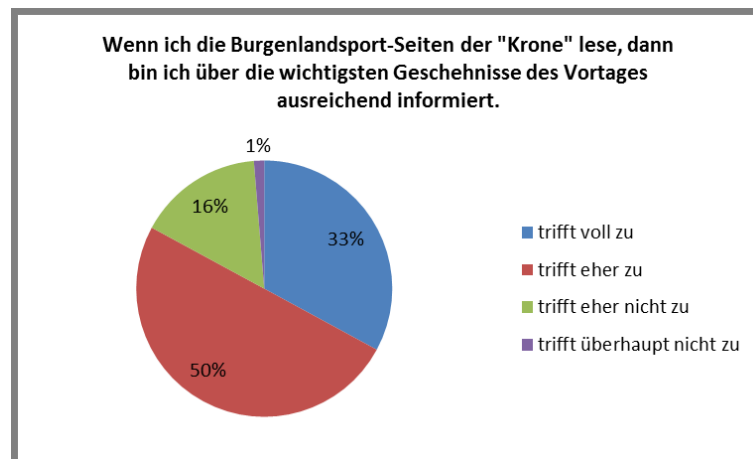


Diagramm 21: Alt – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“

Auch der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann bin ich über die wichtigsten Geschehnisse des Vortages ausreichend informiert“ stimmten die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung tendenziell eher zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 3,07 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist wiederum die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

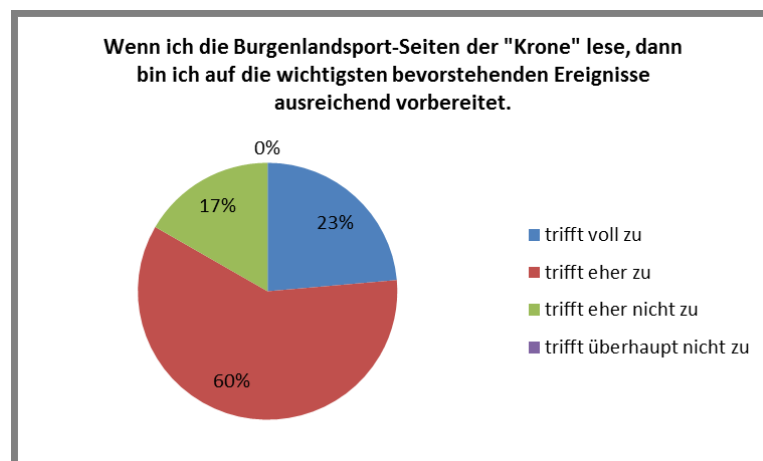


Diagramm 22: Alt – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“

10.3.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, erfolgt sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt*. Unterschiede zeigen sich in der Höhe der durchschnittlichen Zustimmungswerte. Ein t-Test auf Gleichheit der Mittelwerte bei zwei unabhängigen Stichproben ergab allerdings, dass es einen signifikanten Unterschied nur bei der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann bin ich auf

die wichtigsten bevorstehenden Ereignisse ausreichend vorbereitet“ gibt. Während die jungen Leser der Burgenlandspport-Berichterstattung dieser Aussage mit einem durchschnittlichen Wert von 2,74 zustimmten, liegt dieser in der alten Vergleichsgruppe bei 3,07, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

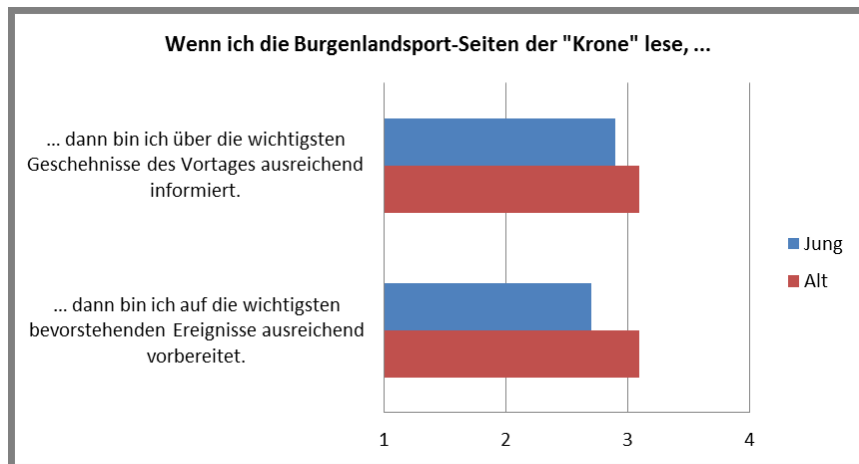


Diagramm 23: Vergleich – Bedürfnis „Information/Kontrolle der Umwelt“

Der Unterschied ist sogar hoch signifikant (0,007): Die alten Leser fühlen sich beim Rezipieren der Burgenlandspport-Berichterstattung also besser auf die wichtigsten bevorstehenden Ereignisse vorbereitet als die jungen Leser.

10.4 H3b: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.4.1 Junge Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein“ mit einem durchschnittlichen Wert von 3,31 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den jungen Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

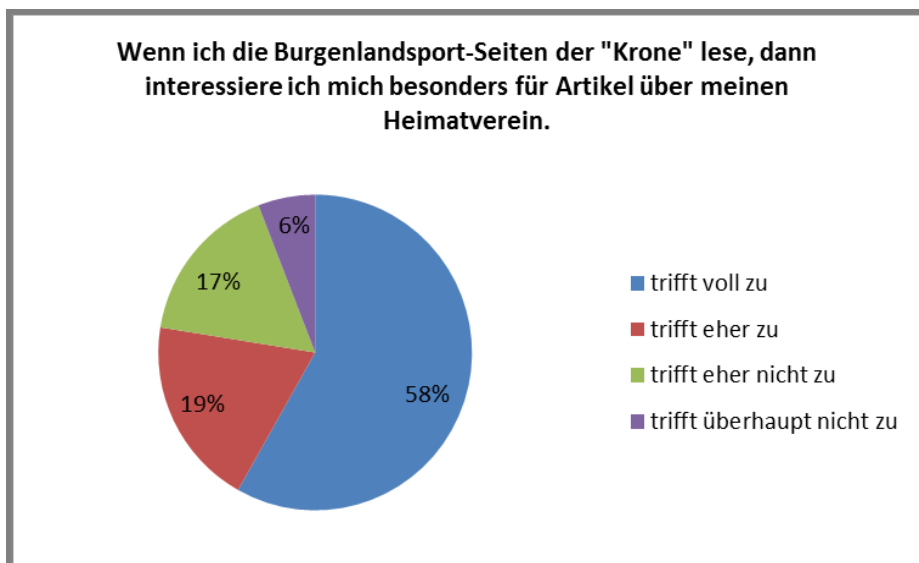


Diagramm 24: Jung – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“

Bei der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte“ ist in der jungen Vergleichsgruppe hingegen keine Tendenz erkennbar – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 2,5 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

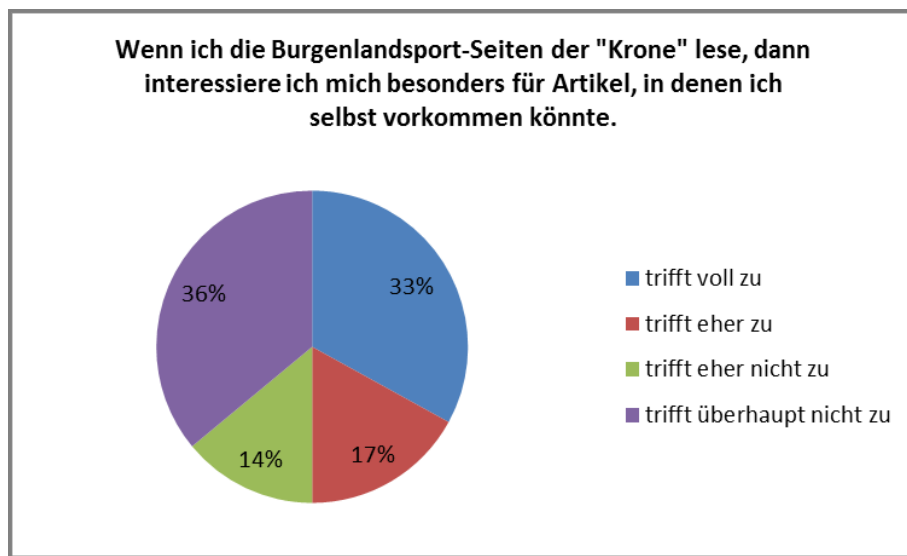


Diagramm 25: Jung – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“

10.4.2 Alte Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein“ mit einem durchschnittlichen Wert von 3,34 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

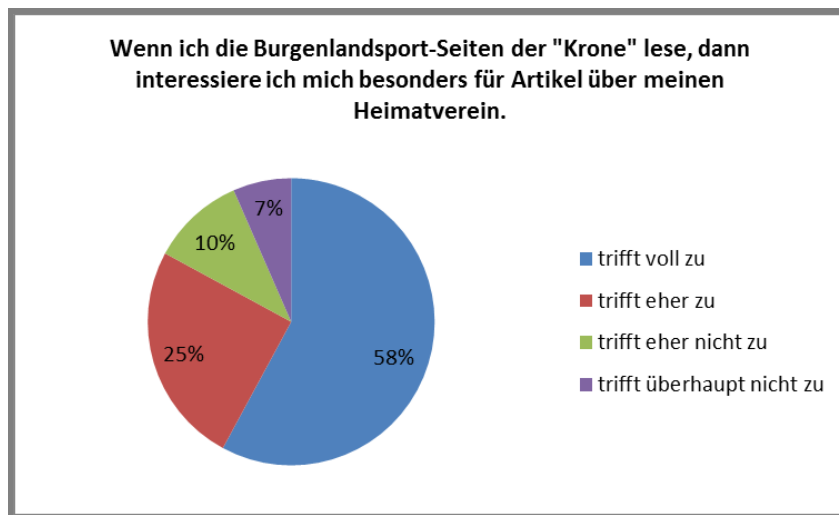


Diagramm 26: Alt – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“

Der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte“ hingegen stimmten die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung tendenziell eher nicht zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 1,8 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist wiederum die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

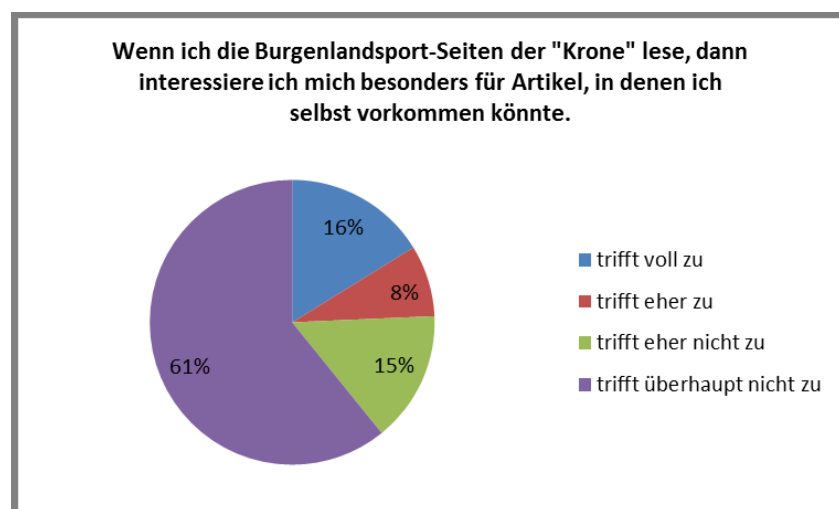


Diagramm 27: Alt – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“

10.4.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, erfolgt sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*. Ein deutlicher Unterschied bezüglich der Höhe des durchschnittlichen Zustimmungswertes zeigt sich bei der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte“. Ein t-Test auf Gleichheit der Mittelwerte bei zwei unabhängigen Stichproben ergab, dass dieser Unterschied sogar hoch signifikant ist (0,001). Während in der jungen Vergleichsgruppe mit einem durchschnittlichen Zustimmungswert von 2,5 keine Tendenz erkennbar ist, stimmten die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung dieser Aussage mit einem durchschnittlichen Wert von 1,8 eher nicht zu, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

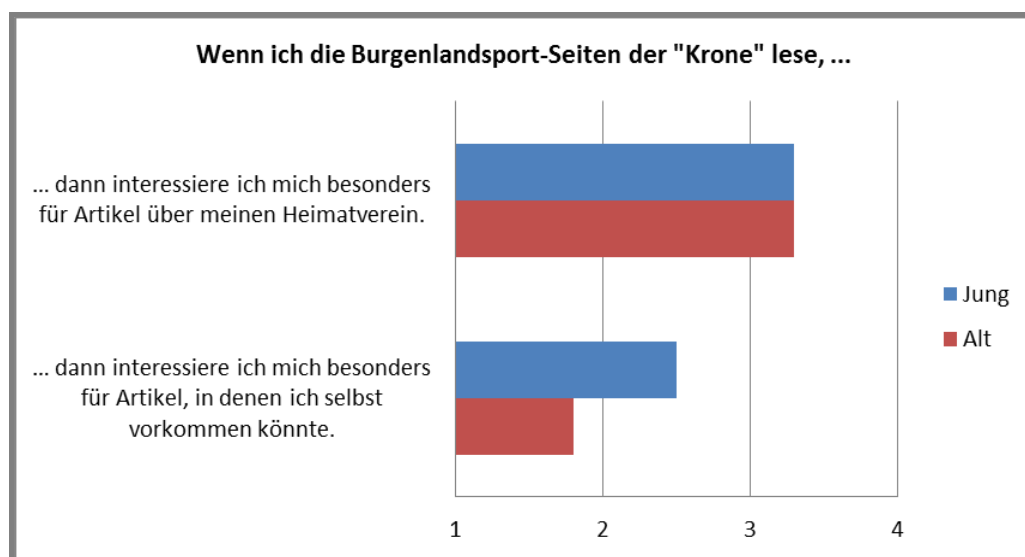


Diagramm 28: Vergleich – Bedürfnis „Persönliche Identität/Identifikation“

Die alten Leser interessieren sich also deutlich weniger für Artikel, in denen sie selbst vorkommen könnten, wobei der generell niedrige Zustimmungswert bei dieser Aussage überrascht. Eine Begründung dafür könnte sein, dass sich viele Leser gar nicht vorstellen können, jemals selbst in einem Artikel der Burgenlandsport-Berichterstattung vorkommen zu können. Dabei kann es eben sein, dass sich dies die alten Leser noch um einiges weniger vorstellen können, da sie wohl zumindest in jenen Sportarten, über die vorrangig berichtet wird (Fußball etc.), seltener tätig sind.

10.5 H3c: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.5.1 Junge Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne“ mit einem durchschnittlichen Wert von 3,6 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den jungen Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

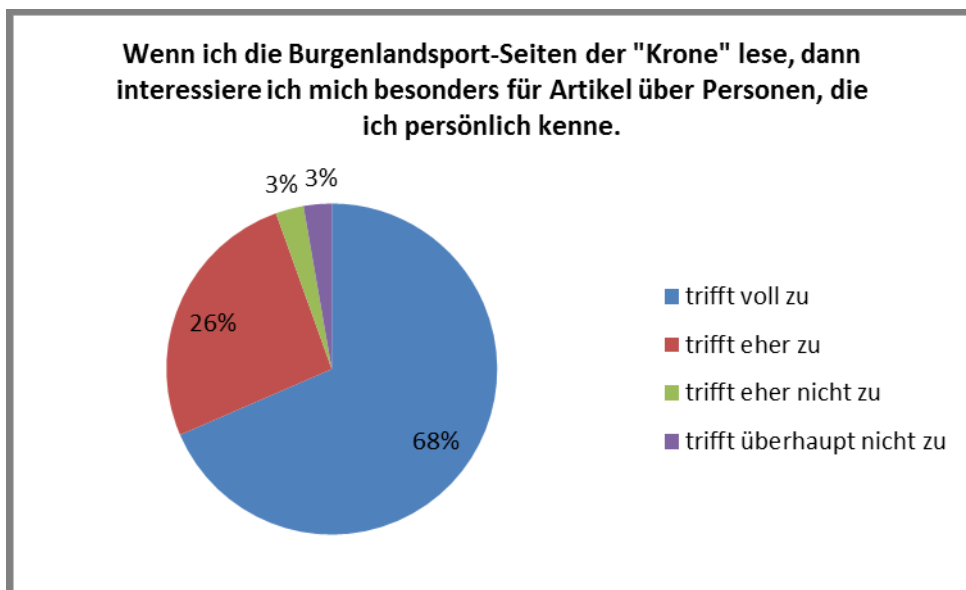


Diagramm 29: Jung – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“

Der Aussage „Wenn ich die Burgenlandspport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann rede ich anschließend regelmäßig mit Familienmitgliedern, Freunden, Arbeitskollegen usw. über die Inhalte der Artikel“ stimmten die jungen Leser der Burgenlandspport-Berichterstattung hingegen eher nicht zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 2,38 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

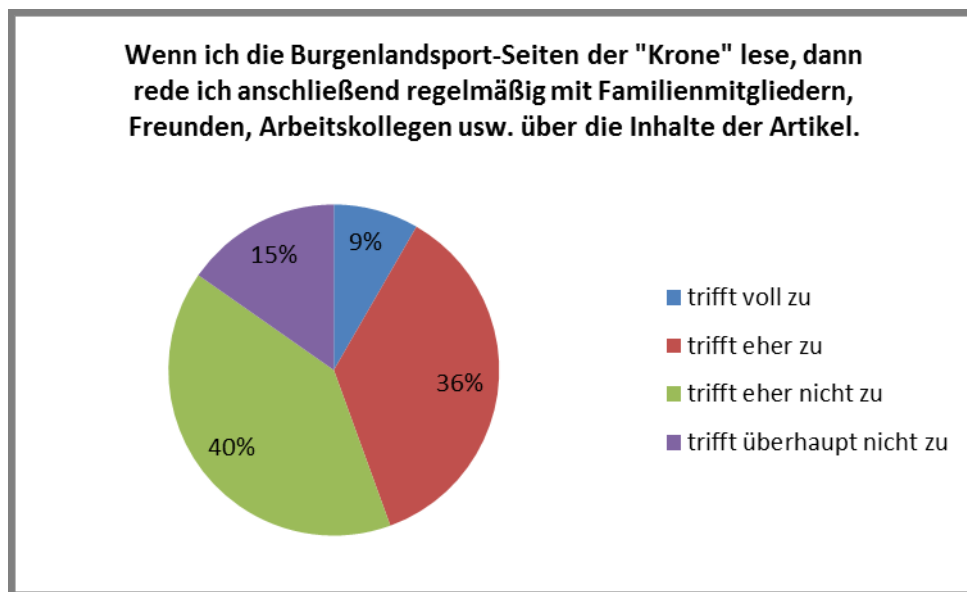


Diagramm 30: Jung – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“

10.5.2 Alte Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandspport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die alten Leser der Burgenlandspport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandspport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne“ mit einem durchschnittlichen Wert von 3,07 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

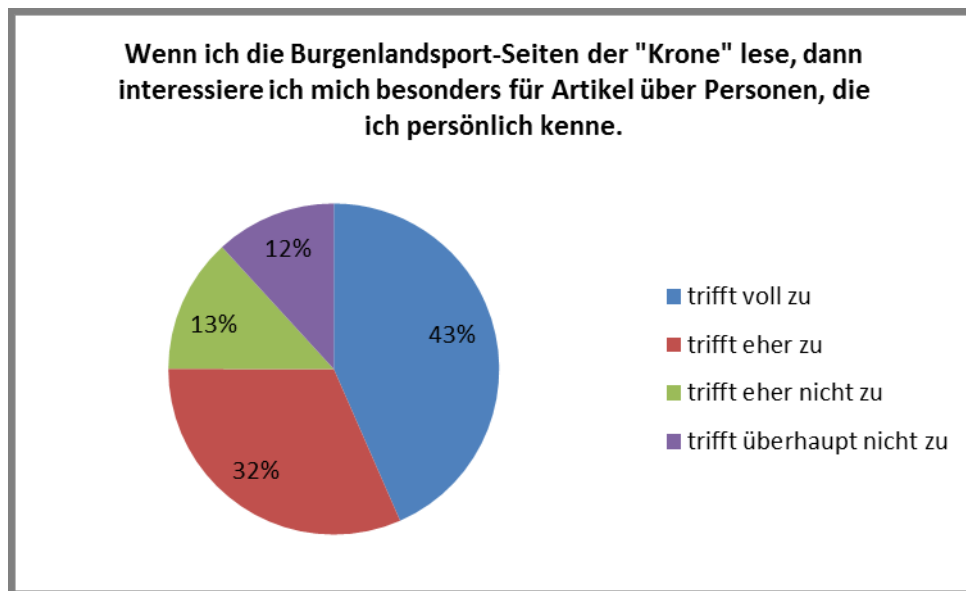


Diagramm 31: Alt – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“

Auch der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann rede ich anschließend regelmäßig mit Familienmitgliedern, Freunden, Arbeitskollegen usw. über die Inhalte der Artikel“ stimmten die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung tendenziell eher zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 2,64 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist wiederum die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

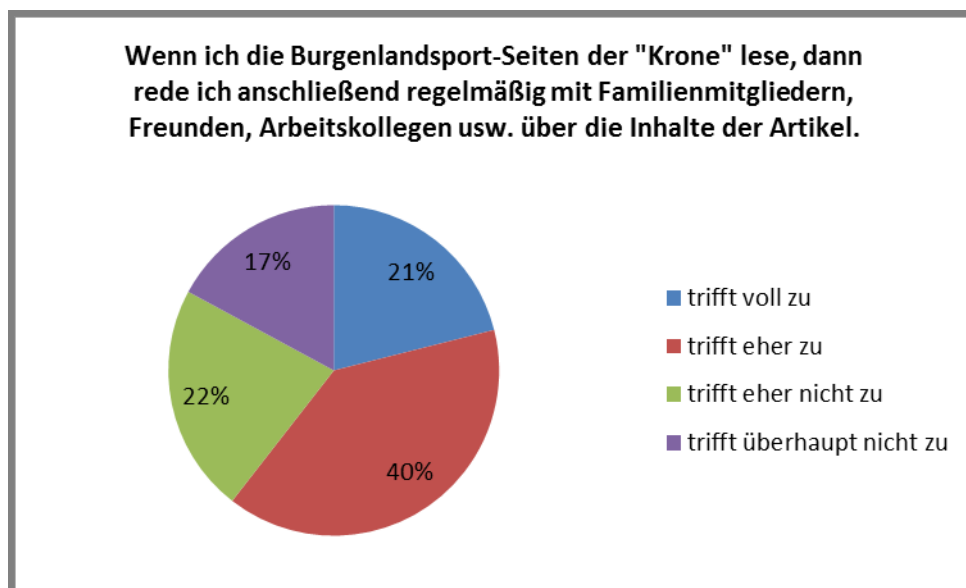


Diagramm 32: Alt – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“

10.5.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, erfolgt sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*. Unterschiede zeigen sich in der Höhe der durchschnittlichen Zustimmungswerte. Ein t-Test auf Gleichheit der Mittelwerte bei zwei unabhängigen Stichproben ergab allerdings, dass es einen signifikanten Unterschied nur bei der Aussage „Wenn ich die Burgenlandspport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne“ gibt. Während die jungen Leser der Burgenlandspport-Berichterstattung dieser Aussage mit einem durchschnittlichen Wert von 3,6 zustimmen, liegt dieser in der alten Vergleichsgruppe bei 3,07, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

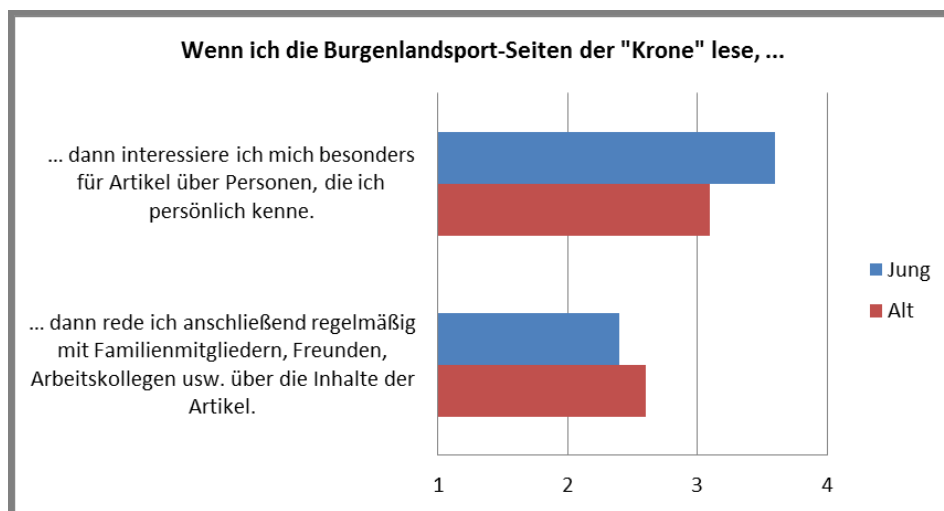


Diagramm 33: Vergleich – Bedürfnis „Persönliche Beziehungen“

Der Unterschied ist sogar hoch signifikant (0,000): Die jungen Leser interessieren sich also in einem deutlich höheren Ausmaß für Artikel über Personen, die sie persönlich kennen, als die alten Leser.

10.6 H3d: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib*

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.6.1 Junge Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann fühle ich mich in der Regel unterhalten“ mit einem durchschnittlichen Wert von 2,59 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den jungen Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

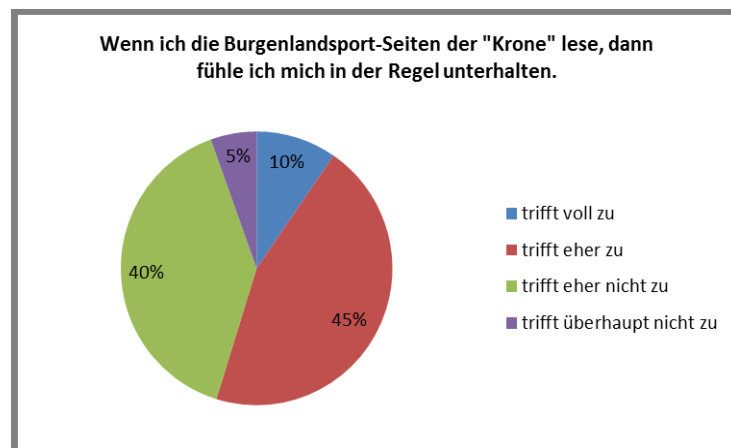


Diagramm 34: Jung – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“

Der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann vergesse ich währenddessen meine Pflichten und Sorgen“ stimmten die jungen Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung hingegen eher nicht zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 1,55 auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

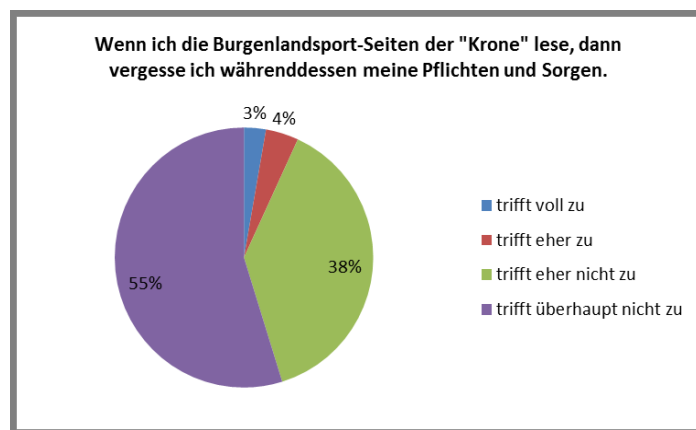


Diagramm 35: Jung – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“

10.6.2 Alte Vergleichsgruppe

Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die nachfolgenden Aussagen zutreffen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib* ist dann gegeben, wenn die Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung zumindest einer der beiden Aussagen tendenziell eher zustimmen, wenn also der durchschnittliche Wert, mit dem jener Aussage zugestimmt wird, mehr als 2,5 beträgt.

Da die alten Leser der Burgenlandsport-Berichterstattung der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann fühle ich mich in der Regel unterhalten“ mit einem durchschnittlichen Wert von 2,77 zustimmten, kann die Hypothese also bestätigt werden: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei den alten Lesern eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib*.

Im folgenden Diagramm ist die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

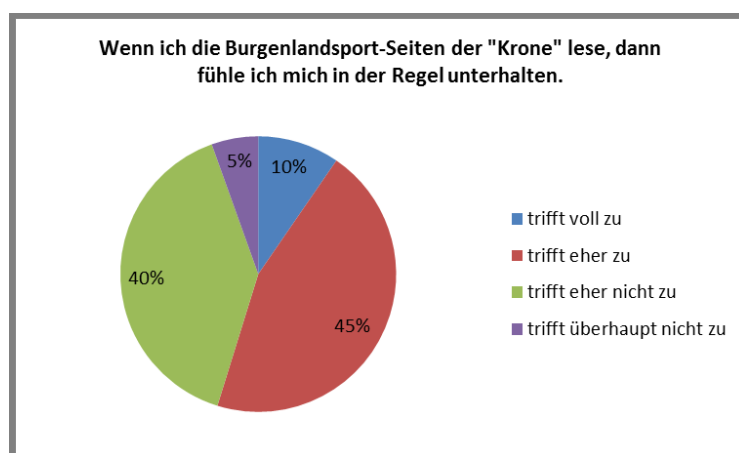


Diagramm 36: Alt – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“

Der Aussage „Wenn ich die Burgenlandsport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann vergesse ich währenddessen meine Pflichten und Sorgen“ stimmten die alten Leser der Burgenland-sport-Berichterstattung tendenziell eher nicht zu – und zwar mit einem durchschnittlichen Wert von 1,81 auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu).

Im folgenden Diagramm ist wiederum die Verteilung auf die vier Antwortmöglichkeiten ersichtlich:

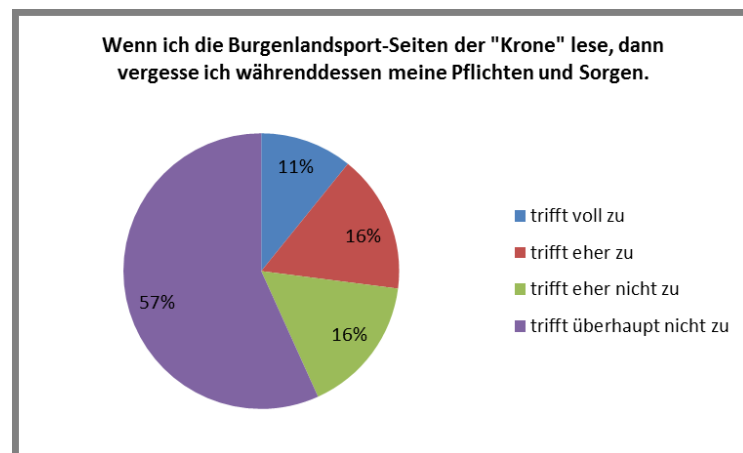


Diagramm 37: Alt – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“

10.6.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, erfolgt sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Ablenkung/Zeitvertreib*. Ein t-Test auf Gleichheit der Mittelwerte bei zwei unabhängigen Stichproben ergab, dass es keine signifikanten Unterschiede bei den im folgenden Diagramm ersichtlichen Aussagen gibt:

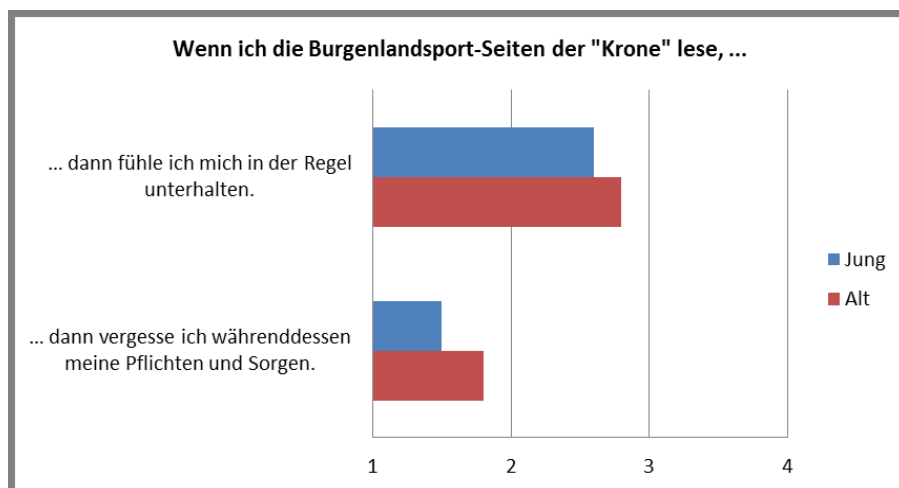


Diagramm 38: Vergleich – Bedürfnis „Ablenkung/Zeitvertreib“

10.7 H3e: Beim Rezipieren der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ erfolgt bei jungen und alten Lesern am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*

Die Hypothese wird nur in der alten Vergleichsgruppe bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.7.1 Junge Vergleichsgruppe

Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* wurde im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein; Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die Leser der jeweiligen Aussage zustimmen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* erfolgt am stärksten, wenn zumindest bei einer der beiden Aussagen der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* der durchschnittliche Zustimmungswert höher ist als bei den Aussagen der restlichen Kategorien (*Information/Kontrolle der Umwelt, Persönliche Beziehungen, Ablenkung/Zeitvertreib*).

In der jungen Vergleichsgruppe stimmten die Leser der Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte“ mit einem durchschnittlichen Wert von 2,5 zu, der Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein“ sogar mit einem durchschnittlichen Wert von 3,31. Das wird allerdings noch übertroffen von der Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne“, die der Kategorie *Persönliche Beziehungen* zugeordnet ist und der in der jungen Vergleichsgruppe mit einem durchschnittlichen Wert von 3,60 zugestimmt wurde.

Die Hypothese kann in der jungen Vergleichsgruppe also nicht bestätigt werden: Hier erfolgt am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*, wie auch im Diagramm 39 ersichtlich ist.

10.7.2 Alte Vergleichsgruppe

Die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* wurde im Fragebogen anhand zweier Aussagen abgefragt: Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein; Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der „Krone“ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte. Auf einer vierstufigen Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 4 (trifft voll zu) war anzukreuzen, inwieweit die Leser der jeweiligen Aussage zustimmen. Eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* erfolgt am stärksten, wenn zumindest bei einer der beiden Aussagen der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* der durchschnittliche Zustimmungswert höher ist als bei den Aussagen der restlichen Kategorien (*Information/Kontrolle der Umwelt, Persönliche Beziehungen, Ablenkung/Zeitvertreib*).

In der alten Vergleichsgruppe stimmten die Leser der Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel, in denen ich selbst vorkommen könnte“ mit einem durchschnittlichen Wert von 1,80 zu, der Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein“ sogar mit einem durchschnittlichen Wert von 3,34. Das wird von keiner anderen Aussage übertroffen.

Die Hypothese kann in der alten Vergleichsgruppe also bestätigt werden: Hier erfolgt am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*, wie auch im Diagramm 39 auf der nachfolgenden Seite ersichtlich ist.

10.7.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, konnte die Hypothese, dass die Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* am stärksten erfolgt, nur in der alten Vergleichsgruppe bestätigt werden: Hier hatte die Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über meinen Heimatverein“ mit einem durchschnittlichen Zustimmungswert von 3,34 den höchsten aller Aussagen.

In der jungen Vergleichsgruppe konnte die Hypothese hingegen nicht bestätigt werden, erfolgt am stärksten eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*: Hier erlangte nämlich die Aussage „Wenn ich die Burgenland-sport-Seiten der ‚Krone‘ lese, dann interessiere ich mich besonders für Artikel über Personen, die ich persönlich kenne“ mit einem durchschnittlichen Zustimmungswert von 3,60 den höchsten aller Aussagen, wie im Diagramm 39 auf der nachfolgenden Seite ersichtlich ist.

Während sich die Jungen also am stärksten interessieren für Artikel über Personen, die sie persönlich kennen, interessieren sich die Alten am meisten für Artikel über ihren Heimatverein, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

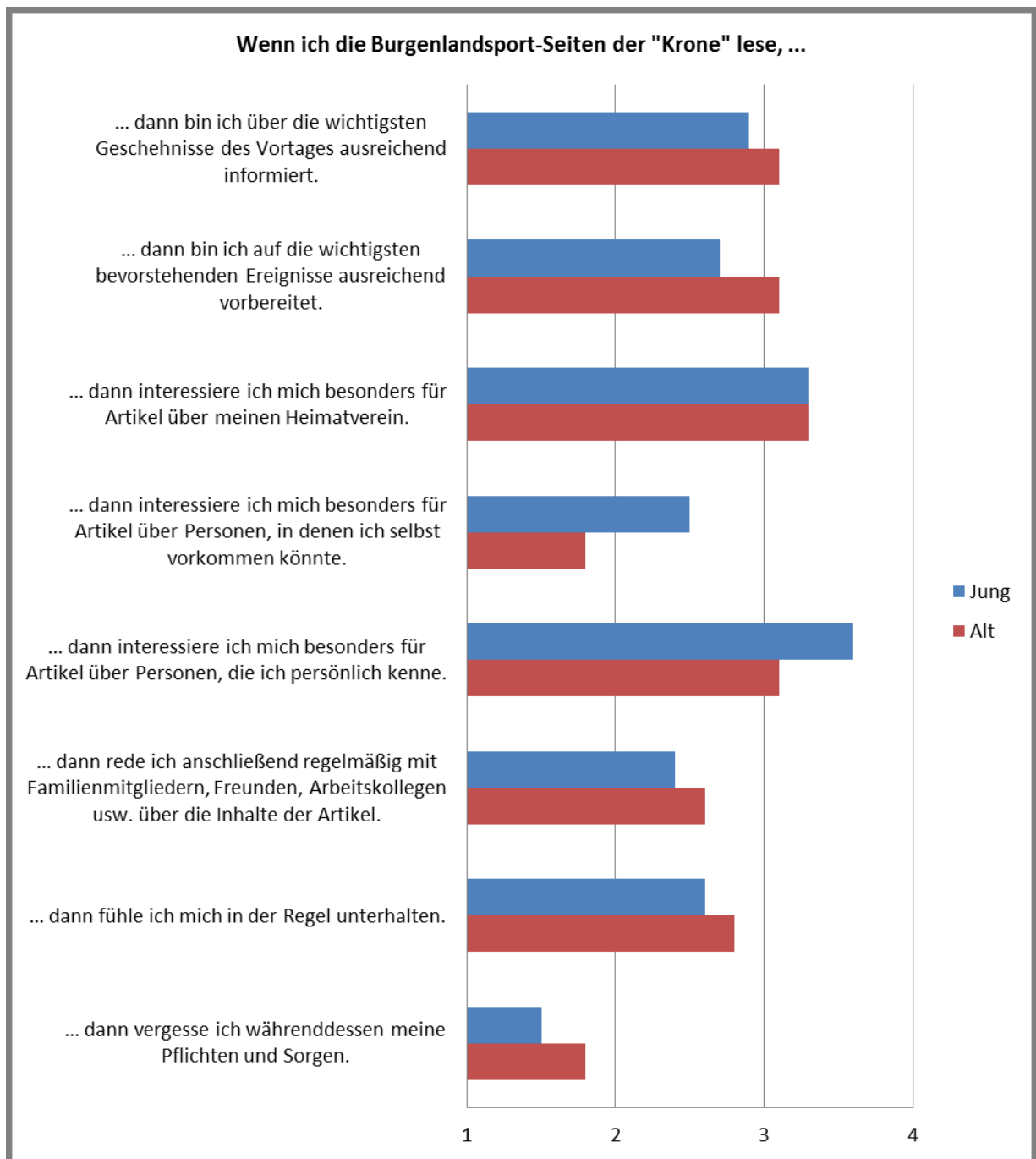


Diagramm 39: Vergleich – Ausmaß der Bedürfnisbefriedigung aller Kategorien

10.8 H4a: Junge und alte Leser wünschen sich eine noch umfangreichere Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.8.1 Junge Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach einer umfangreicheren Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da es 51% der jungen Burgenlandsport-Leser sind, die eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung wollen, kann die Hypothese in der jungen Vergleichsgruppe also bestätigt werden.

27% der jungen Burgenlandsport-Leser wollen übrigens keine umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung, 22% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

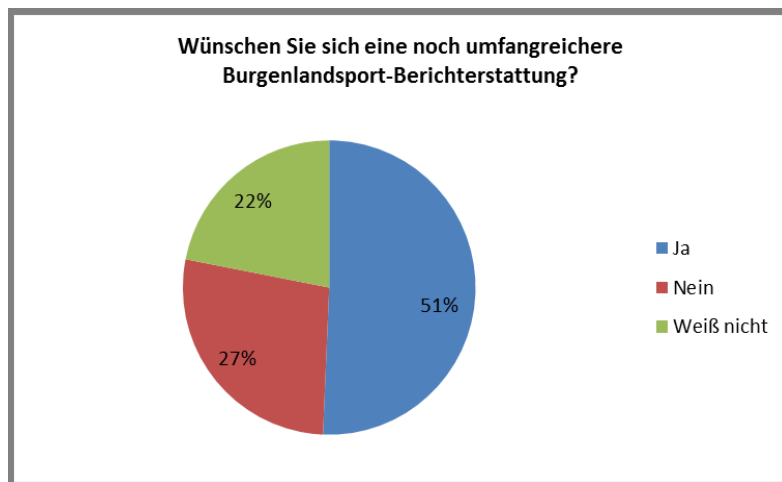


Diagramm 40: Jung – Wunsch hinsichtlich Umfang

10.8.2 Alte Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach einer umfangreicheren Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da es 57% der alten Burgenlandsport-Leser sind, die eine noch umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung wollen, kann die Hypothese in der alten Vergleichsgruppe also bestätigt werden.

21% der alten Burgenlandsport-Leser wollen übrigens keine umfangreichere Burgenlandsport-Berichterstattung, 22% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:



Diagramm 41: Alt – Wunsch hinsichtlich Umfang

10.8.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, besteht der Wunsch nach einer umfangreicheren Burgenlandsport-Berichterstattung sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe. Die Hypothese wird also in beiden Altersgruppen bestätigt. Ein Qui-Quadrat-Test ergab, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen gibt. Im folgenden Diagramm sind auch jene Befragten berücksichtigt, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

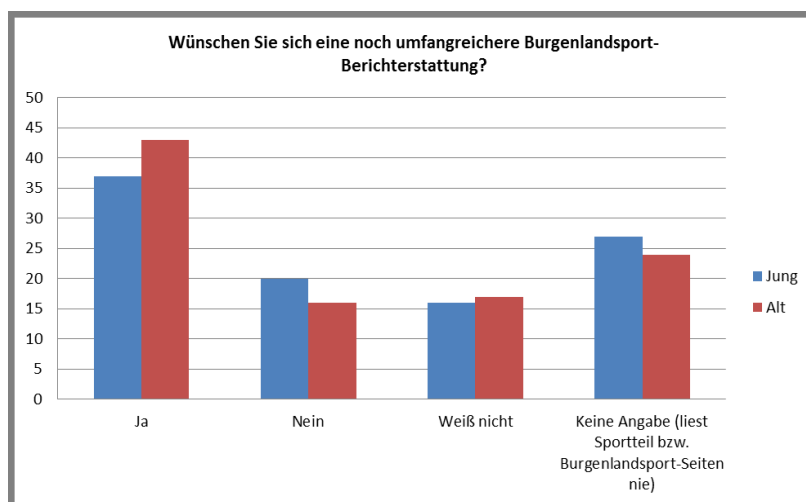


Diagramm 42: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Umfang

10.9 H4b: Junge und alte Leser wünschen sich mehr sportliche Vielfalt in der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“

Die Hypothese wird weder in der jungen Vergleichsgruppe noch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.9.1 Junge Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Kommen gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der ‚Krone‘ vor?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach mehr sportlicher Vielfalt in der Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da bloß 17% der jungen Burgenlandsport-Leser der Meinung, dass gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ vorkommen, kann die Hypothese in der jungen Vergleichsgruppe also nicht bestätigt werden.

46% der jungen Burgenlandsport-Leser sind übrigens nicht der Meinung, dass gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenland-Berichterstattung vorkommen, 37% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:



Diagramm 43: Jung – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt

10.9.2 Alte Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Kommen gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der ‚Krone‘ vor?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach mehr sportlicher Vielfalt in der Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da bloß 18% der alten Burgenlandsport-Leser der Meinung sind, dass gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ vorkommen, kann die Hypothese in der alten Vergleichsgruppe also nicht bestätigt werden.

50% der alten Burgenlandsport-Leser sind übrigens nicht der Meinung, dass gewisse Sportarten zu wenig in der Burgenland-Berichterstattung vorkommen, 37% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:



Diagramm 44: Alt – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt

10.9.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, besteht der Wunsch nach mehr sportlicher Vielfalt in der Regionalsportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ weder in der jungen noch in der alten Vergleichsgruppe. Die Hypothese wird also in beiden Altersgruppen nicht bestätigt. Ein Qui-Quadrat-Test ergab, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen gibt. Im folgenden Diagramm sind auch jene Befragten berücksichtigt, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

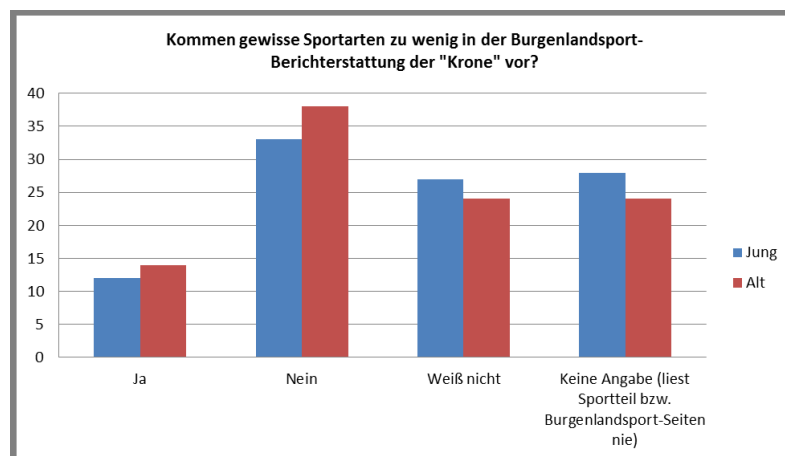


Diagramm 45: Vergleich – Wunsch hinsichtlich sportlicher Vielfalt

10.10 H4c: Junge und alte Leser wünschen sich eine kritischere Regionalreportberichterstattung der „Kronen Zeitung“

Die Hypothese wird weder in der jungen Vergleichsgruppe noch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.10.1 Junge Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine kritischere Haltung der „Krone“ in ihrer Burgenlandreport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach mehr kritischer Reflexion in den Artikeln der Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandreport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da es bloß 33% der jungen Burgenlandreport-Leser sind, die sich eine kritischere Haltung der „Krone“ in der Burgenlandreport-Berichterstattung wünschen, kann die Hypothese in der jungen Vergleichsgruppe also nicht bestätigt werden.

37% der jungen Burgenlandreport-Leser wünschen sich übrigens keine kritischere Haltung der „Krone“ in der Burgenland-Berichterstattung, 30% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

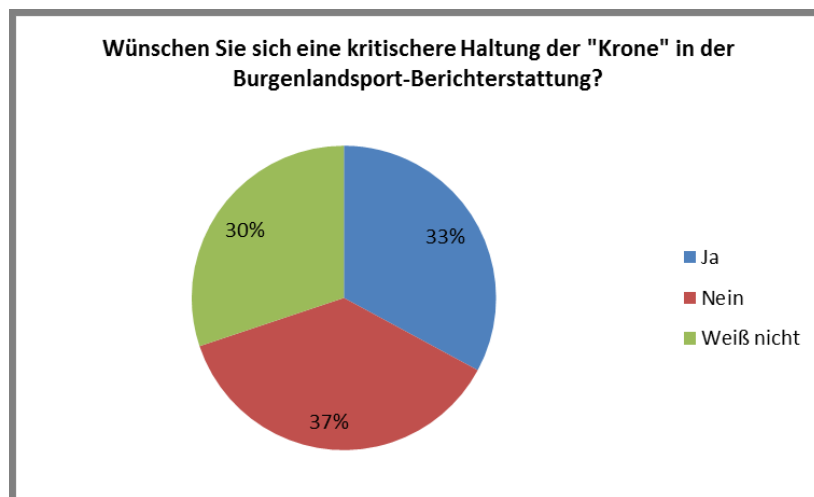


Diagramm 46: Jung – Wunsch hinsichtlich Kritik

10.10.2 Alte Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich eine kritischere Haltung der „Krone“ in ihrer Burgenlandreport-Berichterstattung?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch nach mehr kritischer Reflexion in den Artikeln der Regionalberichterstattung besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandreport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da es bloß 25% der alten Burgenlandsport-Leser sind, die sich eine kritischere Haltung der „Krone“ in der Burgenlandsport-Berichterstattung wünschen, kann die Hypothese in der alten Vergleichsgruppe also nicht bestätigt werden.

50% der alten Burgenlandsport-Leser wünschen sich übrigens keine kritischere Haltung der „Krone“ in der Burgenland-Berichterstattung, 25% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

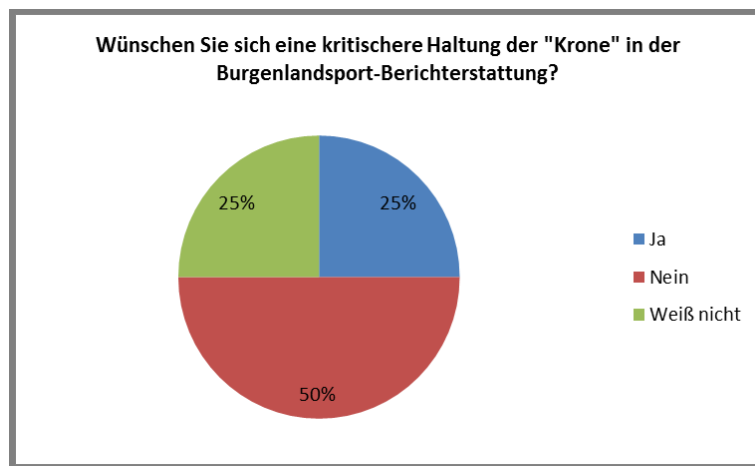


Diagramm 47: Alt – Wunsch hinsichtlich Kritik

10.10.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, besteht der Wunsch nach einer kritischeren Haltung der „Krone“ in der Burgenlandsport-Berichterstattung weder in der jungen noch in der alten Vergleichsgruppe. Die Hypothese wird also in beiden Altersgruppen nicht bestätigt. Ein Qui-Quadrat-Test ergab, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen gibt. Im folgenden Diagramm sind auch jene Befragten berücksichtigt, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

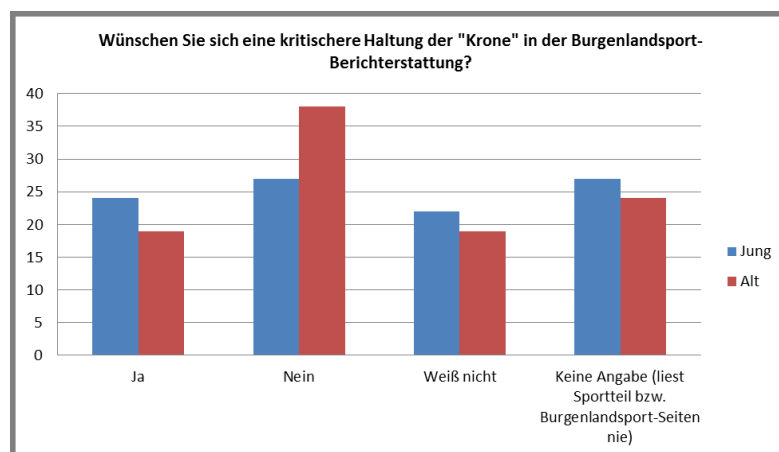


Diagramm 48: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Kritik

10.11 H4d: Junge und alte Leser wünschen sich, dass die Regional-sportberichterstattung der „Kronen Zeitung“ auch online verfügbar ist

Die Hypothese wird sowohl in der jungen Vergleichsgruppe als auch in der alten bestätigt, wie in den folgenden Unterkapiteln näher erörtert wird:

10.11.1 Junge Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch, dass die Regionalberichterstattung auch online zugänglich ist, besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da sich 66% der jungen Burgenlandsport-Leser wünschen, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist, kann die Hypothese in der jungen Vergleichsgruppe also bestätigt werden.

17% der jungen Burgenlandsport-Leser wünschen sich übrigens nicht, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist, 17% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

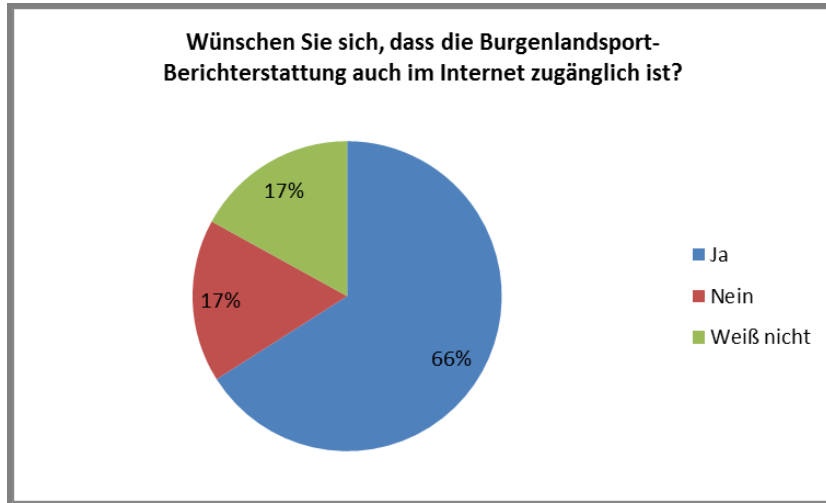


Diagramm 49: Jung – Wunsch hinsichtlich Internet

Im Zuge der Frage, ob die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ auch im Internet zugänglich sein soll, wurde bei jenen Probanden, die angaben, die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ zu lesen, auch die Kenntnis des in dieser Arbeit mehrfach erwähnten Online-Portals „fanreport.com“ abgefragt: Bei den Jungen gaben 47% an, von „fanreport.com“ schon gehört zu haben, 53% haben hingegen noch nicht davon gehört.

10.11.2 Alte Vergleichsgruppe

Die Hypothese wird im Fragebogen mittels der Frage „Wünschen Sie sich, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist?“ abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten lauten: Ja / Nein / Weiß nicht. Der Wunsch, dass die Regionalberichterstattung auch online zugänglich ist, besteht dann, wenn der Großteil, also mehr als 50%, der Burgenlandsport-Leser die Antwortmöglichkeit „Ja“ wählen.

Da sich 67% der alten Burgenlandsport-Leser wünschen, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist, kann die Hypothese in der alten Vergleichsgruppe also bestätigt werden.

13% der jungen Burgenlandsport-Leser wünschen sich übrigens nicht, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung auch im Internet zugänglich ist, 20% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, wie im folgenden Diagramm ersichtlich ist:

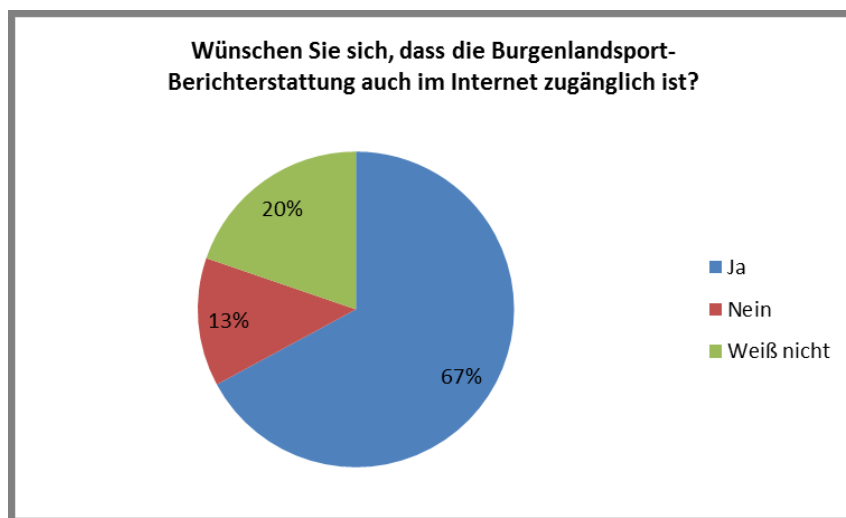


Diagramm 50: Alt – Wunsch hinsichtlich Internet

Im Zuge der Frage, ob die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ auch im Internet zugänglich sein soll, wurde bei jenen Probanden, die angaben, die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ zu lesen, auch die Kenntnis des in dieser Arbeit mehrfach erwähnten Online-Portals „fanreport.com“ abgefragt: Bei den Alten gaben 21% an, von „fanreport.com“ schon gehört zu haben, 73% haben hingegen noch nicht davon gehört und 6% wählten die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“.

10.11.3 Vergleich zwischen Jung und Alt

Wie in den vorangegangenen Unterkapiteln dargelegt wurde, besteht der Wunsch, dass die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ auch im Internet zugänglich ist, sowohl in der jungen als auch in der alten Vergleichsgruppe. Die Hypothese wird also in beiden Altersgruppen bestätigt. Ein Qui-Quadrat-Test ergab, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen gibt. Im folgenden Diagramm sind auch jene Befragten berücksichtigt, die den Sportteil bzw. die Burgenlandsport-Seiten niemals lesen und daher hier keine Angabe machten:

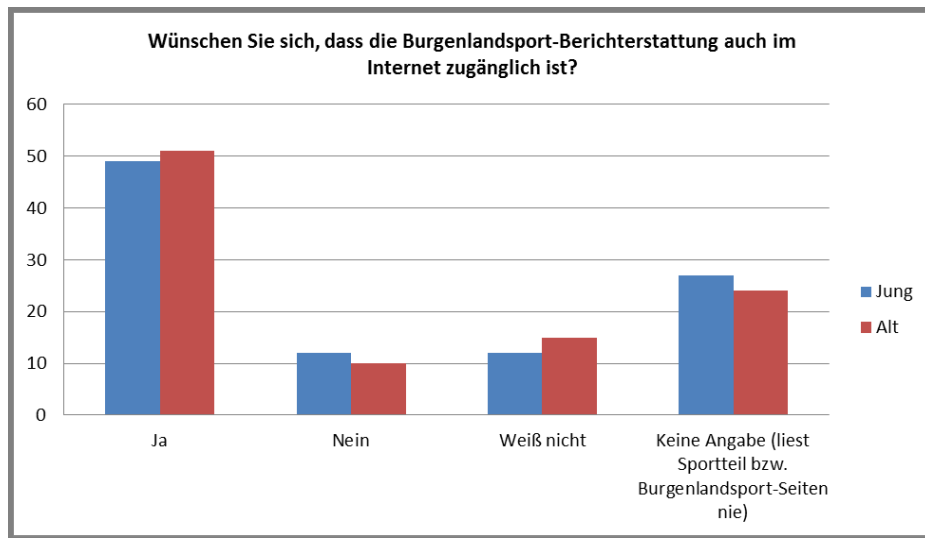


Diagramm 51: Vergleich – Wunsch hinsichtlich Internet

Im Zuge der Frage, ob die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ auch im Internet zugänglich sein soll, wurde bei jenen Probanden, die angaben, die Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ zu lesen, auch die Kenntnis des in dieser Arbeit mehrfach erwähnten Online-Portals „fanreport.com“ abgefragt. Dabei zeigten sich zu erwartende Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen: Während bei den Jungen 47% angaben, von „fanreport.com“ schon gehört zu haben, waren es bei den Alten bloß 21%.

11 Fazit und Ausblick

In der vorliegenden Untersuchung, die am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Burgenland durchgeführt wurde, zeigt sich, dass der Sportteil im Allgemeinen sowie auch der regionale Sportteil im Speziellen bei den Lesern einen hohen Stellenwert haben. Davon war durchaus auszugehen. So hat etwa der ehemalige Sportchef der „Krone“, Christoph Wikus, in einem im Rahmen dieser Magisterarbeit durchgeführten Experteninterview betont, dass der Sport der „Krone“ nicht nur das Kaufargument Nummer eins sei, sondern auch die meistgenannte Antwort auf die Frage, was die Rezipienten in der „Krone“ am liebsten lesen.¹⁷¹ In der Fachliteratur wird auch der regionalen Sportberichterstattung im Speziellen ein hoher Stellenwert zugeschrieben¹⁷², was sich also ebenfalls bestätigt hat.

Ein Fokus der vorliegenden Magisterarbeit liegt auf dem Vergleich zwischen Jung und Alt. Während der Stellenwert des Sportteils im Allgemeinen in beiden Altersgruppen ähnlich hoch ist, kommt dem regionalen Sportteil im Speziellen in der alten Vergleichsgruppe (49 bis 59 Jahre) ein noch höherer Stellenwert zu als in der jungen Vergleichsgruppe (19 bis 29 Jahre) zu. Das Bewusstsein der Leser gegenüber der regionalen Sportberichterstattung, das wohl ebenfalls für einen hohen Stellenwert spricht, ist bei den Alten zudem sogar deutlich größer als bei den Jungen.

Darüber hinaus wurde vor dem theoretischen Hintergrund des „Uses and Gratifications Approach“ untersucht, welche Bedürfnisse hinter dem Rezipieren der regionalen Sportberichterstattung stecken. Die vorliegende Studie ergab, dass beim Rezipieren der Burgenlandsport-Berichterstattung der „Krone“ eine Bedürfnisbefriedigung hinsichtlich sämtlicher abgefragter Kategorien, also *Information/Kontrolle der Umwelt*, *Persönliche Identität/Identifikation*, *Persönliche Beziehungen* sowie *Ablenkung/Zeitvertreib*, erfolgt. Im Vergleich zwischen Jung und Alt zeigen sich aber auch hier Unterschiede.

In der Kategorie *Information/Kontrolle der Umwelt* zeigt sich der Unterschied, dass sich die alten Leser beim Rezipieren der Burgenlandsport-Berichterstattung besser auf die wichtigsten bevorstehenden Ereignisse vorbereitet fühlen als die jungen Leser.

In der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation* zeigt sich dahingehend ein Unterschied, dass sich die alten Leser deutlich weniger für Artikel interessieren, in denen sie selbst vorkommen könnten, wobei sich auch die jungen Leser überraschend wenig für derartige Artikel interessieren. Eine Begründung dafür könnte sein, dass sich viele Leser gar nicht vorstellen können, jemals selbst in einem Artikel des Regionalsportteils der „Krone“ vorzukommen. Dabei kann es eben sein, dass sich dies die alten Leser noch um

¹⁷¹ Vgl. Kapitel 6.1.1

¹⁷² Vgl. Kapitel 5.1

einiges weniger vorstellen können, da sie wohl zumindest in jenen Sportarten, über die vorrangig berichtet wird (Fußball etc.), seltener tätig sind.

In der Kategorie *Persönliche Beziehungen* zeigt sich der Unterschied, dass sich die jungen Leser in einem deutlich höheren Ausmaß für Artikel über Personen, die sie persönlich kennen, interessieren. In der Kategorie *Ablenkung und Zeitvertreib* hingegen zeigen sich keine Unterschiede zwischen Jung und Alt.

Unterschiede zwischen Jung und Alt gibt es wiederum beim Ausmaß der Bedürfnisbefriedigung: Bei den Jungen erfolgt eine Bedürfnisbefriedigung am stärksten hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Beziehungen*. Sie interessieren sich besonders für Artikel über Personen, die sie persönlich kennen. Bei den Alten erfolgt eine Bedürfnisbefriedigung am stärksten hinsichtlich der Kategorie *Persönliche Identität/Identifikation*. Sie interessieren sich besonders für Artikel über ihren Heimatverein. Dabei gilt zu beachten, dass Sportvereine an sich schon Identifikationsfläche bieten. Zudem werden die Sportler eines Vereins in der Berichterstattung häufig mit der Gemeinde im Allgemeinen, in welcher der jeweilige Verein beheimatet ist, gleichgesetzt („die Ritzinger“, „die Dörfler“ etc.) und zusätzlich auch noch Begriffe wie „die Einheimischen“ verwendet.¹⁷³ Ein solches, dadurch entstehendes „Wir-Gefühl“ wird ebenso gefördert bei der Präferenz der Jungen, sich besonders für Artikel über Personen zu interessieren, die sie persönlich kennen – also wenn etwa über das Siegestor des besten Freundes berichtet wird. Insofern gilt also sowohl bei Jung als auch bei Alt sozusagen das (Erfolgs-)Motto: „Wir gewinnen!“

Weiters war es auch Teil der vorliegenden Studie zu untersuchen, welche Wünsche die Leser an die regionale Sportberichterstattung der „Krone“ haben. Da in der Fachliteratur kritisiert wird, dass es sowohl der Sportberichterstattung als auch der Regionalberichterstattung an kritischer Reflexion mangelt¹⁷⁴, wurde davon ausgegangen, dass dies in der regionalen Sportberichterstattung dann wohl umso mehr der Fall sein müsse. Die Untersuchung ergab überraschenderweise jedoch, dass weder bei Jung noch bei Alt der Wunsch nach einer kritischeren Burgenlandspor-Berichterstattung der „Krone“ besteht.

Ein weiterer Kritikpunkt in der Fachliteratur ist, dass die Sportberichterstattung von einer Dominanz des Fußballs geprägt wird.¹⁷⁵ Hier ergab die vorliegende Studie ebenfalls unerwarteterweise, dass der Wunsch nach mehr sportlicher Vielfalt in der Regionalsportberichterstattung der „Krone“ in keiner der beiden Altersgruppen besteht.

Es sind seitens der Leser aber durchaus Wünsche hinsichtlich einer Veränderung der Berichterstattung vorhanden. So ergab die Untersuchung weiters nämlich, dass sowohl

¹⁷³ Vgl. Kapitel 5.2.3

¹⁷⁴ Vgl. Kapitel 4.2 und 5.2.1

¹⁷⁵ Vgl. Kapitel 5.2

bei Jung als auch bei Alt der Wunsch nach einer umfangreicheren Burgenlandsport-Berichterstattung besteht. Dieser Wunsch deckt sich mit den Vorhaben der „Krone“: „Unser Plan ist, den Umfang des regionalen Sportteils mindestens zu halten, wir werden sogar versuchen ihn weiterhin auszuweiten“, erklärt Robert Sommer, der Christoph Wikus mit 1. Februar 2013 als „Krone“-Sportchef nachfolgte, im Juni 2014 in einem Experteninterview im Rahmen dieser Magisterarbeit, „die Zeiten sind zwar vorbei, dass du mit einer Zeitung noch Leser und Abos dazugewinnen kannst – Regionalisierung ist aber eine Möglichkeit um stabil zu bleiben.“¹⁷⁶

Als notwendig, um einem weiteren Abonnenten-Rückgang entgegenzuwirken, erachtete der damalige „Krone“-Sportchef Christoph Wikus bereits im Dezember 2011, die regionalen Inhalte auch online anzubieten.¹⁷⁷ Dieser Wunsch besteht bei den Lesern nach wie vor, wie die vorliegende Untersuchung zeigt. Dies ist nicht nur, wie vielleicht zu vermuten gewesen wäre, bei den Internet-affinen Jungen der Fall, sondern auch bei den Alten.

Man werde über kurz oder lang auch mit der regionalen Sportberichterstattung online gehen, sagt „Krone“-Sportchef Robert Sommer im Juni 2014: „Die Frage ist, ob du damit nicht dem eigenen Printprodukt zu viel Konkurrenz machst.“¹⁷⁸ Daher könne es durchaus sein, dass es in diesem Bereich – ähnlich wie es Christoph Wikus schon im Dezember 2011 vorgeschlagen hatte¹⁷⁹ – eine Bezahlstrecke geben werde. Eine umsetzbare Lösung sei laut Sommer hier jedoch noch nicht gefunden worden.¹⁸⁰

Was die Regionalsportberichterstattung betrifft, wurde der Hebel einstweilen vor allem im Marketingbereich angesetzt. Die „Krone“ ist laut Sportchef Sommer in der Region verstärkt präsent und aktiv. So werden nicht nur Zeitungsausgaben auf Bahnhöfen etc. verteilt, sondern etwa auch Sportfeste und ähnliche Events unterstützt, betont Sommer: „Man muss den Leuten Gusto machen, sie heutzutage wirklich auf das Produkt aufmerksam machen – und da ist der Regionalsport ein großer Mosaikstein des Ganzen.“¹⁸¹

Die Ergebnisse der im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit durchgeführten Untersuchung bestätigen jedenfalls die Ansichten des „Krone“-Sportchefs Sommer. So ist abschließend also festzuhalten, dass es durchaus sinnvoll ist, gerade in Zeiten der Zeitungskrise auf eine Regionalisierung der Sportberichterstattung zu setzen.

¹⁷⁶ Sommer (2014)

¹⁷⁷ Vgl. Kapitel 6.1.4

¹⁷⁸ Sommer (2014)

¹⁷⁹ Vgl. Wikus (2011)

¹⁸⁰ Vgl. Sommer (2014)

¹⁸¹ Ebenda

12 Quellen

Atteslander, Peter (2003): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin.

Binnewies, Harald (1983a): Sportpublizistik. In: Schulke, Hans-Jürgen (Hg.): Kritische Stichwörter zum Sport. München 1983.

Binnewies, Harald (1983b): Berichte aus der Forschung. Sportberichterstattung in den Tageszeitungen. In: Helmut Digel (Hg.): Sport und Berichterstattung. Reinbek bei Hamburg 1983.

Bruck, Peter A.; Stocker, Günther (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. Münster.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau.

Burkhardt, Wolfgang (2002): Ein Medium setzt sich durch. Das lokale Fernsehen in Thüringen. Reichweite und Akzeptanz. München.

Buß, Michael/Maletzke, Gerhard (1981): Kurpfalz-Radio. In: Rundfunk und Fernsehen. 4/1981.

Digel, Helmut (1983): Überblick. Der Prozeß der Massenkommunikation im Sport. In: Helmut Digel (Hg.): Sport und Berichterstattung. Reinbek bei Hamburg 1983.

Dorsch, Petra (1978): Lokalkommunikation. Ergebnisse und Defizite der Forschung. In: Publizistik 3/1978.

Dorsch, Petra (1984): Die Zeitung, Medium des Alltags. Monographie zum Zeitungstreik. München.

Ennemann, Wilhelm H. (1980): Die „Provinz“ und ihre Zeitungsleser. In: Langenbucher, Wolfgang: Lokalkommunikation. München 1980.

Fanreport.com, Kategorie „Über uns“: www.fanreport.com/at/ueberuns/ Zuletzt abgerufen am 24. Juli 2014.

Fanreport.com: „Zugriffszahlen bis Juli 2014“. Per E-Mail zur Verfügung gestellt.

Freudenreich, Josef-Otto (1983): Analysen, Daten und Meinungen zur Sportberichterstattung. „Wir schreiben Sport“ – der Sport in der Presse. In: Helmut Digel (Hg.): Sport und Berichterstattung. Reinbek bei Hamburg 1983.

Friedrichsen, Mike (Hrsg.) (2010): Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden.

Friedrichsen, Mike/Düster, Ralph/Mühl-Benninghaus, Wolfgang (2010): Crossmediale Entwicklungsfiktionen und grundlegende Voraussetzungen für eine kundenorientierte Medienkonvergenz. Ein abschließendes Fazit. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.): Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden 2010.

Gleich, Uli (2000): Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. Sport und Medien. Ein Forschungsüberblick. In: Media Perspektiven 11/2000.

Haas, Hannes (2008): Medienkunde. Grundlagen, Strukturen, Perspektiven (Skriptum). Wien.

Herrmann, Carolin (1993): Im Dienste der örtlichen Lebenswelt: lokale Presse im ländlichen Raum. Opladen.

Heuer, Daniel (2010): Junge Erwachsene und ihre regionale Tageszeitung. Was Leserinnen und Leser zwischen 20 und 29 Jahren (noch) mit dem Printmedium verbindet. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.): Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden 2010.

Huber, Martin/Kaspar, Emily (2010): myheimat.de – lokale und sublokale Inhalte für Zeitungsverlage. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.): Medienezukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden 2010.

Jonscher, Norbert (1991): Einführung in die lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung von Rundfunk, Tagespresse und Alternativmedien: inhaltliche Defizite, ihre Ursachen und neue Konzeptionen. Opladen.

Kabel, Rainer (1984): Regionalisierung des Rundfunks als Identitätschance für Hörer und Zuschauer. In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Katz, Elihu/Blumler, Jay G./Gurevitch, Michael (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, Jay/Katz, Elihu (Eds.): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills – London. 1974.

Katz, Elihu/Foulkes, David (1962): On the Use of the Mass Media As „Escape“: Clarification of a Concept. In: Public Opinion Quarterly Vol. 26/1962.

Kieslich, Günter (1972): Lokale Kommunikation. Ihr Stellenwert im Zeitgespräch der Gesellschaft. In: Publizistik 1/1972.

Koszyk, Kurt/Pruys, Karl Hugo (1981): Handbuch der Massenkommunikation. München.

Kronen Zeitung vom 3. August 2014. Wien.

McQuail, Denis/Blumler, Jay/Brown, J. (1972): The Television Audience. A Revised Perspective. In: McQuail (Ed.) 1972.

Media Analyse 2013: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung.do?year=2013&title=Tageszeitungen> Zuletzt abgerufen am 24. Juli 2014.

Möhring, W./Stürzebecher, D. (2008): Lokale Tagespresse: Publizistischer Wettbewerb stärkt Zeitungen. Die Entwicklung der Auflagedichte lokaler Abonnementzeitungen 1996 bis 2006. In: Media Perspektiven, 2/2008.

Pistorius, Harald (1994): Sechs gute Gründe. Der Weltrekord im Lokalen. In: Hackforth, Josef/Fischer, Christoph (Hg.): ABC des Sportjournalismus. München 1994.

Quandt, Siegfried/Calließ, Jörg (1984): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Zur Einführung. In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Ravens, Karl (1984): Regionalisierung – Ein politisches Schlüsselwort? In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Renckstorf, Carsten (1984): Zur Akzeptanz regionaler/lokaler Programmangebote. Ein Experiment in Berlin (West). In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Reulecke, Jürgen (1984): Historische Identitäten im Ruhrgebiet. Ein Versuch und seine Rechtfertigung. In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Rohr, Robert (1980): Lokale Berichterstattung. Auswahl von Ereignissen aus der lokalen Realität. In: Langenbacher, Wolfgang: Lokalkommunikation. München 1980.

Schuster, Wolfgang (1984): Regionalisierung/Lokalisierung der historisch-politischen Kultur durch Neue Medien? In: Quandt, Siegfried (Hrsg.): Die Regionalisierung der historisch-politischen Kultur. Nahwelt und Geschichte im Rundfunk. Gießen 1984.

Saxer, Ulrich (1980): Lokale Kommunikation. Bilanz der Forschung. In: Langenbacher, Wolfgang: Lokalkommunikation. München 1980.

Saxer, Ulrich (1983): Lokale Rundfunkversuche. Beiträge zur Kommunikations- und Medienpolitik. Frankfurt/Main.

Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Tübingen.

Schierl, Thomas (2006): Ist Sportberichterstattung wirklich so wenig vielfältig? „1:0 Berichterstattung“ revisited. In: Medien Journal 1/2006.

Schneider, Guido/Karle, Roland (2004): Mehr agieren statt reagieren – Lokaljournalismus zwischen Sparzwang und Qualitätsanspruch. In: Tendenz 2/2004.

Schönbach, Klaus (1980): Die isolierte Welt des Lokalen. Tageszeitungen und ihre Berichterstattung über Mannheim In: Langenbacher, Wolfgang: Lokalkommunikation. München 1980.

Seeger, Christof (2010): Herausforderungen und Perspektiven für regionale Zeitungen. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.): Medienezukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden 2010.

Sommer, Robert (2014): Transkript eines Experteninterviews mit dem Sportchef der „Kronen Zeitung“, das im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit in Wien durchgeführt wurde.

Statistik Austria: „Bevölkerung am 1.1.2013 nach Alter und Bundesland“. Per E-Mail zur Verfügung gestellt.

Teichert, Will (1975): Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des „Uses and Gratifications Approach“. In: Rundfunk und Fernsehen 3-4/1975.

Teichert, Will (1981): Regionale Information. Ein Problem des Inhalts, nicht des Umfangs. In: Media Perspektiven 3/1981.

Walker, Ewald (1983): Lokale Sportberichterstattung in der Tageszeitung. Oder: Woher kommt die Schlagseite? In: Helmut Digel (Hg.): Sport und Berichterstattung. Reinbek bei Hamburg 1983.

Wehling, Hans-Georg (1987): Regionen und Regionalismus in Westeuropa. Stuttgart.

Weischenberg, Siegfried (1976): Die Aussenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus. Theorie und Analyse im Rahmen eines allgemeinen Konzepts komplexer Kommunikatorforschung. Bochum.

Wieser, Dietmar (2012): Transkript eines Experteninterviews mit dem Gründer und Geschäftsführer von „fanreport.com“, das im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit in Wien durchgeführt wurde.

Wikus, Christoph (2011): Transkript eines Experteninterviews mit dem damaligen Sportchef der „Kronen Zeitung“, das im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit in Wien durchgeführt wurde.

Wippersberg, Julia/Dietrich, Astrid (2007): Lokales Fernsehen in Österreich. Eine explorative Studie zu Programmstruktur und Programminhalt sowie zu Nutzung und Nutzen von lokalen Fernsehprogrammanbietern. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 4/2007.

Zillmann, Dolf (1994): Über behagende Unterhaltung in unbehagender Medienkultur. In: Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München 1994.

ZMG (2012): Zeitungsqualitäten 2012. Leistungsdaten der Zeitungen im intermedialen Vergleich. Frankfurt/Main.

Abstract

„Wir gewinnen!“ – Die Erfolgsfaktoren der regionalen Sportberichterstattung

Wie kann es sein, dass sich die Berichterstattung über reinsten Amateursport, bei dem es auf einen ersten flüchtigen Blick – überspitzt und salopp ausgedrückt – ja eigentlich um *nichts* geht, derartiger Beliebtheit beim Leser erfreut? Diese Frage stellte sich der Autor dieser Magisterarbeit, nachdem die „Kronen Zeitung“ 2011 ihre regionale Sportberichterstattung in der Montagsausgabe u.a. im Burgenland auf ganze acht Seiten erweitert hatte. Der Autor war damals selbst in der Burgenlandsport-Redaktion der „Krone“, wie Österreichs meistgelesene Tageszeitung im Volksmund genannt wird, tätig und sah sich – nachdem fortan mit Geschichten und Fotos u.a. über Fußball bis zur allerletzten Spielklasse berichtet wurde – mit einem äußerst positiven Feedback konfrontiert.

Auch in der Fachliteratur wird der Regionalberichterstattung eine hohe Bedeutung zugeschrieben, lange ist sie von der Wissenschaft allerdings nicht in angemessenem Umfang berücksichtigt worden. Speziell in der Auseinandersetzung mit der regionalen Sportberichterstattung klafft die Kluft zwischen Anspruch und Realität weit auseinander. Zu einer tiefgründigeren Recherche wurde daher im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit ein Experteninterview mit dem ehemaligen „Krone“-Sportchef Christoph Wikus geführt, auf Basis dessen das Forschungsvorhaben konkretisiert wurde. Als theoretischer Hintergrund diente der „Uses and Gratifications Approach“.

In dieser Untersuchung, die mittels quantitativer Befragung am Beispiel der „Kronen Zeitung“ im Burgenland durchgeführt wurde und deren Fokus auch auf den Unterschieden zwischen jungen und alten Lesern liegt, zeigte sich, dass die regionale Sportberichterstattung einen hohen Stellenwert bei den Lesern hat – sowohl bei den jungen (19 bis 29 Jahre) als auch bei den alten (49 bis 59 Jahre). In beiden Altersgruppen besteht der Wunsch nach einer umfangreicheren Regionalsportberichterstattung, außerdem wünschen sich sowohl die Jungen als auch die Alten, dass diese im Internet verfügbar ist.

Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen zeigen sich hingegen beim Ausmaß der Bedürfnisbefriedigung, die hinter dem Rezipieren von regionaler Sportberichterstattung steht: Während sich die Jungen am stärksten interessieren für Artikel über Personen, die sie persönlich kennen, interessieren sich die Alten am meisten für Artikel über ihren Heimatverein. Insofern geht es in der regionalen Sportberichterstattung also nicht – wie eingangs so salopp formuliert – um *nichts*, sondern vor allem eben um Identifikation bzw. persönliche Beziehungen. Da in beiden Fällen ein „Wir-Gefühl“ gefördert wird, gilt also sowohl bei Jung als auch bei Alt sozusagen das (Erfolgs-)Motto: „Wir gewinnen!“

Abstract

“We are winning!” – The success factors of regional sports reporting

How can it be that sport reports about simple amateur sport, which is at a first glance – exaggerated and casually spoken – a matter of no importance for anyone, are enjoying such great popularity by readers? Exactly this question was asked by the author of the present master thesis to himself, as in 2011 the “Kronen Zeitung” extended on Mondays their regional sports reporting in Burgenland to a total of 8 pages. At that time, the author himself was working at the Burgenland sports editing of the “Krone”, what Austria’s most popular newspaper is publicly called, and just received positive feedback about the stories and pictures about football down to the lowest division.

Also in scientific literature regional reporting is associated with high importance, however it has for a long time not been taken into account by science in an appropriate degree. Especially by dealing with regional sports reporting expectations and reality lie wide apart. To achieve a more profound approach to the topic, an expert interview with the former “Krone” sports chief editor Christoph Wikus was conducted as part of the master thesis in order to concretise the research project. As theoretical background the "uses and gratifications approach" was used.

Also this study, which was conducted in Burgenland using a quantitative survey by the example of the “Kronen Zeitung” to evaluate differences between young and old newspaper readers, showed that regional sport reporting is of high importance – both for the young (19 to 29 years) and the old (49 to 59 years). In both age groups, there is also a desire for more extensive regional sports reporting which should also be available over the Internet.

However, differences between the two age groups occur between the degree of need satisfaction, which stands behind the receiving of regional sports reporting: While young people are generally mostly interested in articles about people that they personally know themselves, older people are more interested into articles about their home club.

In this respect, regional sport reporting is not – as it was initially casually formulated – a matter of no importance for anyone, but is rather defined by personal identification and personal relationships. Since in both cases, a so-called "we-feeling" gets generated, the (success) motto: “we are winning!” can be applied for both young as well as old readers.

Lebenslauf

Zur Person

Name	Christoph Hellmann
Kontakt	christoph.hellmann@gmx.at

Studium und Schule

Ab März 2010	Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Jan. – Mai 2011	Erasmus-Auslandssemesters in Jyväskylä, Finnland
Okt. 2005 – März 2010	Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Sep. 1997 – Juni 2005	Gymnasium Oberpullendorf
Sep. 1993 – Juni 1997	Volksschule Ritzing

Berufserfahrung und Praktika

Ab April 2013	KiwiTV, Redaktion für die ORF-Sendungen „Stöckl.“ und „Science Talk“
März 2013 – Jan. 2014	Universität Wien, zwei Fachtutorien zum Thema TV-Talks am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Jänner 2013	Media Brothers, Mitarbeit bei Projekt zur ORF-App für die Ski-WM
Sep. – Dez. 2012	ORF, Mitarbeit bei Projekt „new faces“ und Analyse der Sendung „Im Zentrum“
Nov. 2007 – März 2012	Kronen Zeitung, Sportredaktion (Jan. bis Mai 2011 Unterbrechung wegen des Auslandssemesters in Finnland)
Juli, August 2007	ORF Burgenland (Praktikum)
April – Okt. 2007	BVZ – Burgenländische Volkszeitung, Sportredaktion
März – Nov. 2006	BF – Die Burgenlandwoche, Sportredaktion

Wien, August 2014